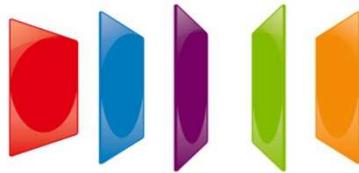




CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

Rapport sur les chaînes nationales
éditées par le groupe
France Télévisions



francetélévisions

Année 2013

Juillet 2014

Sommaire

Synthèse et appréciation de l'année 2013.....	3
Missions du groupe France Télévisions.....	11
I- L'offre de programmes	17
A. Caractéristiques de la programmation nationale	17
B. Les grandes tendances de l'année 2013	27
C. Caractéristiques de la programmation régionale	43
D. Contribution à l'expression des langues régionales.....	47
E. Les quotas de diffusion	53
F. Les obligations spécifiques.....	63
II- La protection des publics	101
A. La protection de l'enfance	101
B. La protection des consommateurs.....	111
C. L'accessibilité des programmes	119
G. Promotion d'une alimentation et d'une activité physique favorables à la santé.....	123
III- Les enjeux de société	125
A. Obligations de service public	125
C. Déontologie de l'information	135
D. Déontologie des programmes.....	139
E. Pluralisme de l'information.....	139
F. Représentation de la diversité	141
G. Droit des femmes	143
IV- Le financement de la création.....	145
A. Production cinématographique.....	145
B. Production audiovisuelle	148
Annexes	152

Table des illustrations

1	Evolution des parts d'audience des chaînes du groupe France Télévisions	5
2	Part d'audience du 20 heures de France 2 de septembre 2012 à mai 2014.....	18
3	Part d'audience de Des Histoires et des vies de septembre 2012 à mai 2014	21
4	Part d'audience des journaux régionaux de France 3 de septembre 2012 à mai 2014.....	21
5	Offre de programmes sur l'ensemble de la diffusion	27
6	Répartition de l'offre globale de programmes sur les antennes de France Télévisions	28
7	Offre de programmes entre 18 heures et 23 heures	29
8	Offre de programmes de France 2 (18h/20h30, 20h30/22h30, 22h30/Minuit).....	30
9	Offre de programmes de France 3 (18h/20h30, 20h30/22h30, 22h30/Minuit).....	33
10	Offre de programmes de France 4 (18h/20h30, 20h30/22h30, 22h30/Minuit).....	35
11	Offre de programmes de France 5 (18h/20h30, 20h30/22h30, 22h30/Minuit).....	37
12	Evolution de l'audience moyenne des chaînes du groupe France Télévisions	38
13	Evolution des parts d'audience des chaînes du groupe France Télévisions	38
14	Palmarès qualitatif des programmes de France Télévisions.....	40
15	Tableau des engagements quantitatifs du groupe France Télévisions	50
16	Quotas de diffusion des œuvres cinématographiques sur les chaînes du groupe France Télévision en 2013.....	53
17	Quotas de diffusion des œuvres audiovisuelles sur les chaînes du groupe France Télévisions en 2013.....	56
18	Composition des œuvres audiovisuelles par genre et par origine.....	60
19	Répartition de l'offre jeunesse.....	63
20	Parts d'audience des programmes jeunesse.....	64
21	Structurale de l'offre jeunesse	65
22	Programmation de spectacles vivants	67
23	Programmation des émissions culturelles	69
24	Structurale de l'offre musicale	72
25	Diffusion de programmes scientifiques et liés à l'environnement	77
26	Diffusion de jeux.....	78
26	Structurale des programmes sportifs.....	80
27	Répartition de l'offre de fictions télévisuelles	86
28	Répartition de l'offre de documentaires	89
29	Heure de démarrage des programmes en soirée	92
30	Répartition des programmes par catégories sur les chaînes de France Télévisions.....	106
31	Nombre de programmes par catégories diffusés avant 22 heures entre 2007 et 2013.....	110

Synthèse et appréciation de l'année 2013

France Télévisions a connu en 2013, dans un contexte économique incertain, une baisse de ses ressources, tant publiques que publicitaires, à hauteur de 65 millions d'euros comparé à 2012. Les ressources publicitaires se sont élevées à 333 millions d'euros contre 372 millions d'euros en 2012 (-39 M€). Les ressources publiques, essentiellement composées de la contribution à l'audiovisuel public (anciennement appelée redevance) et de la dotation compensatoire, ont représenté 2,502 milliards d'euros en 2013 contre 2,528 milliards d'euros en 2012 (-26 M€). Les ressources totales du groupe audiovisuel public se sont élevées à 2,835 milliards d'euros en 2013.

En 2013, l'enveloppe budgétaire consacrée aux antennes (coût des programmes) s'est répartie entre les différentes antennes de la manière suivante : France 2 (800 M€) ; France 3 (844 M€), France 4 (56 M€), France 5 (141 M€), France Ô (39 M€) et le réseau Outremer 1ères (186 M€).

L'année 2013 a également été marquée par le déploiement de six nouvelles chaînes HD qui a renforcé le contexte concurrentiel des chaînes hertziennes gratuites. Le groupe France Télévisions a accusé une baisse de sa part d'audience moyenne passant de 30,2% (Pda 4+) à 28,6%, soit un recul de 1,6 point. Le groupe public a ainsi cédé sa place symbolique de premier groupe audiovisuel français au profit du groupe TF1 (TF1, TMC, NT1, HD1) qui a enregistré une part d'audience moyenne de 28,9%.

Dans un contexte de la baisse de la durée moyenne d'écoute, l'ensemble des chaînes publiques a connu une baisse de leurs parts d'audience respectives :

	Audiences		
	2013	2012	Variation
	14%	14,9%	-0,9
	9,5%	9,7%	-0,2
	1,8%	2,1%	-0,3
	3,3%	3,5%	-0,2

1. Dans cet environnement incertain, les chaînes du groupe France Télévisions ont présenté un respect satisfaisant de l'ensemble de leurs obligations quantitatives. Le rapport établi par le Conseil met notamment en valeur :

- **Un respect des obligations de diffusion d'œuvres audiovisuelles**

Les chaînes gratuites du groupe France Télévisions ont respecté leurs obligations de diffusion d'œuvres audiovisuelles, tant sur l'ensemble de la diffusion qu'aux heures de grande écoute. Sur ce point, le Conseil se satisfait de la bonne exposition des œuvres audiovisuelles d'expression originale française. Celles-ci ont ainsi représenté sur l'ensemble de la diffusion, 78,5% des œuvres diffusées

sur France 2, soit près de 40 points au-dessus des seuils réglementaires. Aux heures de grande écoute, la part accordée à la diffusion d'œuvres francophones est également satisfaisante puisqu'elle était respectivement de 76,5% sur France 2, de 79% sur France 3, de 77,3% sur France 5. France Ô et France 4 ont également rempli leurs obligations en la matière : 53,4% pour France Ô et 41,8% pour France 4.

- **Un respect de l'obligation de diffuser, entre 20 heures et 21 heures, 120 heures d'œuvres audiovisuelles européennes et d'expression originale française**

France 2, France 3, France 4 ont respectivement proposé 386h10, 482h06 et 181h48 de d'œuvres européennes et francophones inédites entre 20 heures et 21 heures.

- **Une bonne exposition des fictions audiovisuelles d'expression originale française sur France 2 et France 3**

Aux heures de grande écoute, la part réservée à la fiction audiovisuelle francophone sur France 2 et France 3 était satisfaisante. Celle-ci a représenté respectivement plus de 57% de l'offre de fiction de France 2 et 48% de celle de France 3. Les fictions étrangères, notamment américaines, ont représenté, sur cette tranche horaire, 35,4% et 15,7% de l'offre de France 2 et France 3.

- **La diffusion d'une émission culturelle quotidienne par jour**

France Télévisions a formellement rempli cette obligation en diffusant quotidiennement une émission culturelle entre 20h35 et 22 heures. En 2013, 632 premières parties de soirées ont permis la diffusion d'un programme culturel si l'on prend en compte l'ensemble des antennes. Par ailleurs, la déclaration de France Télévisions a bien pris en compte les demandes formulées l'an passé par le Conseil au sujet du périmètre des émissions à caractère culturel.

L'offre culturelle de France Télévisions s'est répartie sur l'ensemble des antennes. Avec 36,2%, France 5 est la chaîne qui a principalement porté la diffusion d'émissions culturelles en première partie de soirée. L'offre était également bien présente sur les antennes de France Ô et de France 3, respectivement 20,4% et 24,6% de l'offre.

L'offre culturelle du groupe France Télévisions a fait l'objet dans ce présent bilan d'une analyse spécifique assortie de préconisations (cf. p.)

- **L'image de la femme**

En 2013, France Télévisions a consacré une semaine entière de mobilisation éditoriale et de programmation sur toutes ses chaînes et ses écrans numériques, à l'occasion de la Journée de la Femme en mars dernier. Cette opération intitulée « En avant toutes » a par ailleurs abouti à la création, en juillet 2013, d'un colloque sur la place des femmes dans les médias.

A l'occasion de ce colloque, le Président de France Télévisions a engagé le groupe France Télévisions de manière volontariste pour atteindre un objectif de 30% d'expertes sur l'ensemble des émissions concernées avant la fin 2014. Cet engagement chiffré a par ailleurs été inscrit dans l'avenant au contrat d'objectifs et de moyens pour 2012-2015, signé à l'automne 2013 avec l'Etat.

Le Conseil se satisfait de cet engagement suivi de faits. A la fin de l'année 2013, les journaux d'information relevaient 26% d'expertes, soit une hausse de près de 8 points par rapport à l'année 2012.

- **Une large exposition de la campagne de sensibilisation à la protection du jeune public sur les services en ligne du groupe**

Le Conseil salue les efforts importants du groupe pour mettre à disposition la campagne de sensibilisation à la protection du jeune public sur l'ensemble de ses services en ligne.

- **La mesure des audiences de France Ô**

Le Conseil se satisfait de l'annonce effectuée par France Télévisions qui prévoit, à compter du 1^{er} septembre 2014, un référencement de France Ô dans la mesure du Médiamat de Médiamétrie. Le Conseil avait en effet regretté que cette chaîne du service public audiovisuel ne bénéficie pas d'un examen quotidien comme cela est réalisé pour les quatre autres chaînes de France Télévisions.

- **Les développements des plateformes numériques**

L'année 2013 a été marquée par le lancement de *Culturebox*, la refonte complète des sites des chaînes et le déploiement des offres numériques en région et en outremer ou encore les développements liés à la télévision connectée ou à la télévision sociale ainsi que la poursuite du développement de *francetv info*.

2. En revanche, le Conseil a constaté, dans la programmation des chaînes du service public, que certains efforts étaient à poursuivre et il porte les appréciations suivantes :

- **Les horaires tardifs du début des premières parties de soirée**

En 2013, les programmes de première partie de soirée ont débuté en moyenne aux alentours de 20h45, contrairement aux dispositions du cahier des charges qui fixe à 20h35 le début des programmes de soirée sur l'ensemble des chaînes éditées par France Télévisions. L'avancement de l'horaire des premières parties de soirée constituait un élément fort de la réforme de l'audiovisuel public de 2009 et la traduction directe de la suppression de la publicité après 20 heures.

Toutefois, France Télévisions a estimé que ces obligations pouvaient la pénaliser par rapport aux chaînes concurrentes et a demandé une évolution des dispositions de son cahier des charges.

Le projet de décret qui a été proposé en ce sens modifie l'article 19 du cahier des charges en supprimant la référence au début de soirée vers 20 h 35.

Le Conseil prend note de cette prochaine modification qui permettra à France Télévisions de ne plus être en contradiction avec les dispositions de son cahier des charges même si l'horaire des premières parties de soirée était une des mesures les plus emblématiques de la réforme de 2009.

- **Le développement de la diffusion en haute définition**

Dans le cadre de son contrat d'objectifs et de moyens conclu le 22 novembre 2013 avec l'Etat, France Télévisions s'est engagée à proposer sur France 2, à l'horizon 2015, 100% de programmes en haute définition entre 6h30 et minuit.

Conscient des contraintes portant sur France Télévisions, le Conseil se préoccupe toutefois de la faisabilité de cet engagement. En 2013, France 2 a en effet diffusé, entre 6h30 et minuit, 63,4% de

ses programmes en haute définition réelle, soit seulement 3,4 points de plus comparé à 2012 et près de 37 points en deçà de l'objectif fixé.

Des nécessaires efforts sont à poursuivre sur le développement numérique de France 2 pour que la première chaîne du service public évolue avec les mêmes moyens technologiques que ses concurrentes du secteur privé.

- **L'exposition des programmes culturels**

L'étude effectuée par le Conseil démontre la faible place accordée aux arts et aux lettres au sein de l'offre de programmes à vocation culturelle diffusés sur les antennes du service public. Cette catégorie de programmes (retransmission de spectacles vivants, musique classique, émission littéraire) n'a représenté que 8% de l'offre culturelle de France Télévisions et est massivement diffusée à des horaires où le public est peu présent. 75% de cette offre était en effet disponible entre minuit et 6 heures du matin.

Si le Conseil se satisfait de l'exposition des programmes culturels sur la plateforme Culturebox, entièrement consacrée à ces derniers, il regrette qu'une telle volonté ne soit pas appliquée à la programmation des antennes du groupe.

- **Une offre musicale partiellement renouvelée mais globalement diffusée à des horaires de faible écoute**

La rentrée de septembre 2013 a été marquée par le renouvellement de l'offre musicale de France 2 et France 3.

Alcaline, la nouvelle marque musicale de France 2, déclinée à l'antenne en une émission quotidienne, une hebdomadaire et une mensuelle, a permis la mise en place d'une nouvelle forme d'exposition de la musique après l'arrêt de *Hebdo musique mag*, *Taratata* et *CD'aujourd'hui*.

France 3, quant à elle, a lancé un nouveau magazine musical, *Les Chansons d'abord*, en remplacement de *Chabada*. Ce programme, présenté par Natasha Saint-Pierre le dimanche après-midi, met en scène cinq jeunes artistes autour d'un invité exceptionnel.

En 2013, le volume des émissions musicales a représenté un volume horaire de plus de 2 066 heures sur l'ensemble des chaînes du service public. Comme les années précédentes, la musique a été peu proposée en première partie de soirée. Seulement 107 heures et 39 minutes lui ont été consacrées (hors France Ô), soit seulement 5,2% de l'offre musicale. Par ailleurs, l'exposition de la musique classique s'est essentiellement cantonnée à une diffusion nocturne.

3. Au sujet des lignes éditoriales des antennes, le Conseil se soucie des difficultés rencontrées par certaines chaînes de France Télévisions :

- **La spécificité régionale et locale de France 3**

En 2012, le Conseil avait invité France Télévisions à repenser l'articulation de ses deux chaînes généralistes en menant notamment une réflexion sur la place accordée à la diffusion régionale sur l'antenne de France 3.

La deuxième chaîne généraliste du service public pourrait tirer sa spécificité de son offre de programmes de proximité. L'antenne de France 3 est ainsi appelée à optimiser son réseau régional.

Les décrochages régionaux ont seulement représenté 7,9% de l'offre globale de programmes de France 3 en 2013 (696 heures) contre 8,9% en 2012 (781 heures). Cette diminution est regrettable, la chaîne possédant une assise territoriale importante. Toutefois, le Conseil est conscient des difficultés d'audience de certains programmes régionaux dont les cases dédiées enregistrent des résultats souvent inférieurs à 3% de part d'audience.

Compte tenu de cette dernière, une nécessaire réflexion est à mener sur la place accordée aux décrochages locaux d'autant plus que le réseau régional de France 3 se compose de 5 directions régionales regroupant au total les 24 antennes régionales et 113 implantations locales.

La mise à contribution de ce maillage national unique devrait davantage permettre à France 3 de se singulariser de l'offre de sa consœur.

Le Conseil souhaite que le périmètre de l'offre nationale de France 3 soit maintenu et pérennisé mais il appelle à exploiter au mieux le potentiel du réseau en régions. De réels efforts de mutualisation devraient en effet être mis en œuvre en ce qui concerne les programmes régionaux de la chaîne.

▪ **L'offre des avant-premières parties de soirée de France 2**

La rentrée 2013-2014 a été marquée par une refonte des programmes de France 2 diffusés dans la case horaire stratégique 17 heures/20 heures. La chaîne a notamment mis à l'antenne une nouvelle émission de débats en plateau, *Jusqu'ici tout va bien*, qui n'a pas su répondre aux attentes du public. L'arrêt de la diffusion de cette émission est intervenu le 20 décembre 2013, obligeant la chaîne à repenser l'articulation et l'enchaînement de ses divertissements de fin d'après-midi.

Les difficultés rencontrées en avant-soirée ont contribué à déstabiliser les audiences du journal de 20 heures de France 2. Entre le mois de janvier et d'août, le journal de la rédaction de la chaîne enregistrait une audience moyenne de 19,2% de part d'audience contre 18,2% entre septembre et décembre 2013, soit une baisse d'un point. Le journal a accusé sa plus mauvaise audience de l'année en octobre en s'établissant à 17,9% de part d'audience.

France 2 est ainsi appelée dans les mois à venir à poursuivre la reconstruction de ses avant-soirées et à proposer une offre pertinente, distincte des chaînes privées, capable de rassembler les téléspectateurs et de garantir à France 2 le statut de première chaîne du secteur public.

▪ **Le positionnement éditorial de France 4**

En 2013, l'offre de France 4 a principalement été portée par une offre de catalogue multidiffusée. La chaîne s'est en effet appuyée sur la rediffusion d'anciennes séries télévisuelles américaines telles que *FBI Portés disparus*, *Lois et Clark, les nouvelles aventures de superman*, *Urgences* et par la multidiffusion des épisodes de la série de France 3, *Plus belle la vie*.

France 4 a par ailleurs proposé en 2013 plus de 750 heures de spectacles et de concerts. 64,6% de cette offre était diffusé entre minuit et six heures du matin. Le Conseil a noté que les prestations d'humoristes constituaient principalement cette offre qui, par ailleurs, comprenait une part non négligeable de multidiffusion de concerts.

De nouveaux programmes favorisant la compréhension de la société contemporaine ont été mis à l'antenne : *On n'est pas que des pigeons* (magazine de consommation) et *Off secrets et coulisses* (magazines de décryptage). Ces programmes, tant par le fond et la forme, s'adressent tout particulièrement aux jeunes adultes et semblent répondre aux objectifs de la chaîne.

En effet, l'avenant au contrat d'objectif et de moyens, conclu le 22 novembre 2013, a entériné le nouveau positionnement éditorial de la chaîne. Celle-ci doit désormais s'adresser aux nouvelles générations – des enfants, petits et grands, aux jeunes adultes. L'offre est amenée à s'articuler autour deux orientations nouvelles : l'information d'une part et le récit d'autre part (animation, fiction et séries, longs métrages). La première phase de la refonte éditoriale de France 4 s'est concrétisée par la mise en place d'une nouvelle grille de programmes en mars 2014 qui, à ce jour, ne semble pas participer à la bonne identification de la chaîne et à l'articulation de son offre avec celles des autres chaînes du service public.

Le Conseil se montrera vigilant au sujet du développement de cette nouvelle orientation éditoriale et de son articulation avec les missions qui lui sont notamment confiées dans le cahier des charges notamment celles portant sur son engagement en faveur de l'innovation et de la création. Il convient en effet de s'interroger sur le dessein dichotomique de cette chaîne qui est amenée à proposer une offre jeunesse en journée tout en étant appelé à être un « incubateur » de programmes innovants difficilement délimitables.

4. Enfin, le Conseil porte également des observations sur les éléments suivants :

- **Un non-respect du quota de diffusion d'œuvres cinématographiques d'expression originale française sur France Ô**

Sur l'ensemble de la diffusion France Ô a proposé 104 diffusions d'œuvres cinématographiques dont 62 œuvres européennes et 41 œuvres d'expression originale française, soit 59,6% et 39,40% au lieu des 60 et 40% requis. Il a donc manqué un seul film d'expression française pour que la chaîne parvienne à respecter les quotas de diffusion d'œuvres cinématographiques.

- **France 2, un non-respect de son obligation d'investissement dans la production d'œuvres européennes**

France 2 n'a pas rempli pas son obligation d'investissement dans la production d'œuvres européennes fixée à 3,5 % de son chiffre d'affaires. La contribution de France 2 à la production d'œuvres cinématographiques s'établit à 34,337 M€ en 2013 (ce qui représente 3,3 % de son chiffre d'affaires de référence) et le déficit constaté s'élève donc à 2,036 M€. Cependant, France Télévisions s'est engagé auprès du Conseil à rattraper ce déficit en surinvestissant par rapport à son obligation lors du prochain exercice.

- **Un taux assez élevé de programmes signalisés en première partie de soirée sur France 4, mais une diminution du nombre de programmes de catégorie III**

Le niveau des programmes signalisés est relativement élevé sur France 4 en première partie de soirée. Néanmoins, le Conseil relève qu'il est en baisse par rapport à 2012 et que la chaîne a pris en compte la remarque qu'il avait formulée en 2012 en réduisant le nombre de programmes de catégorie III diffusés en première partie de soirée.

- **La présentation laudative d'un ouvrage sur France 2, une mise en demeure adressée à la chaîne**

Le 1^{er} octobre, le Conseil a mis en demeure France Télévisions de se conformer aux dispositions de l'article 9 du décret du 27 mars 1992 qui prohibe la publicité clandestine après avoir relevé sur

France 2, dans l'émission *Stade 2* du 14 juillet 2013, une présentation laudative d'un ouvrage consacré à l'histoire du Tour de France. Il a considéré que l'éditeur avait fait preuve de complaisance à son égard.

Missions du groupe France Télévisions

▪ Le cahier des charges de France Télévisions

Le préambule du cahier des charges de la société nationale de programmes France Télévisions fixe les grandes lignes directrices devant être suivies par le groupe public : « *Intéresser sans ennuyer, distraire et amuser sans jamais être vulgaire ou complaisant. Informer. Accueillir le débat, l'organiser. Offrir un espace privilégié à la création, et notamment à la création audiovisuelle. Contribuer à la vitalité et à la richesse de notre cinéma. Refléter notre société dans ses différentes composantes. Inviter chaque foyer à découvrir des concerts, pièces de théâtre, opéras. Prendre des risques (...)* ».

Pour l'accomplissement de ces missions, le groupe France Télévisions se compose d'un ensemble de services complémentaires :

Edition des chaînes

- 5 chaînes nationales : France 2, France 3 et ses 24 antennes régionales, France 4, France 5 et France Ô ;
- Réseau Outre-mer : Outremer 1^{ère}.

Participation à l'édition de chaînes

- 5 chaînes thématiques : Planète C&I, Planète Thalassa, Mezzo et Euronews ;

Autres activités

- Production : France 2 Cinéma, France 3 Cinéma et MFP ;
- Publicité : France Télévisions Publicité et Media Exchange ;
- Multimédia : France Télévisions Interactive ;
- Edition et distribution : France Télévisions Distribution ;
- Fondation : La fondation d'entreprise France Télévisions ;
- Un club : Le Club France Télévisions.

Les principales caractéristiques des cinq chaînes nationales et du réseau outre-mer sont définies dans le cahier des charges de la manière suivante :



- *Chaîne généraliste de la communauté nationale dont l'ambition est de réunir tous les publics autour d'une offre large et variée, se nourrissant de toutes les formes de programmes dans leur dimension la plus fédératrice.*

La programmation de France 2 est placée sous le double signe de l'événement et de la création cinématographique et audiovisuelle française et européenne, et joue un rôle majeur en matière d'information et de sport.



- *Chaîne nationale à vocation régionale et locale, chaîne de la proximité, du lien social et du débat citoyen. La programmation de France 3 contribue à la connaissance et au rayonnement des territoires et, le cas échéant, à l'expression des langues régionales. Dans un monde globalisé, elle offre à chacun la possibilité de réfléchir sur ses racines tout en suivant l'évolution de la société contemporaine en ouvrant une fenêtre sur le monde. La chaîne accentue sa couverture du territoire et amplifie ses efforts sur l'information régionale, le magazine, le documentaire et la fiction originale.*

France 3 reflète la diversité de la vie économique, sociale et culturelle en région grâce aux décrochages régionaux, y compris aux heures de grande écoute, dont les programmes peuvent être repris au niveau national.

La programmation de France 3 assure une information nationale, régionale et locale. Elle s'attache à développer en particulier une information de proximité et rend compte des événements régionaux et locaux. Un bulletin d'information sur l'outre-mer est programmé en semaine sur l'antenne de France 3, à une heure d'écoute appropriée.



- *Chaîne de la jeunesse et des nouvelles générations, dont la vocation est d'attirer et de fidéliser les jeunes et les jeunes adultes en exposant les nouveaux talents des scènes actuelles (musique et spectacle). Ses programmes proposent aux nouvelles générations un espace de partage et de reconnaissance.*

France 4 renforce son engagement en faveur de l'innovation et de la création par la mise à l'antenne de nouveaux formats. France 4 a également vocation à prendre les risques nécessaires aux avancées éditoriales de la société.



- *Chaîne du décryptage, du partage des savoirs et de la transmission des connaissances. Ses programmes contribuent à la découverte et à la compréhension du monde, en s'attachant tout particulièrement aux registres des sciences et techniques, des sciences humaines, de l'environnement et du développement durable.*

France 5 valorise l'accessibilité de ses contenus pédagogiques et de connaissances par tout moyen de communication électronique et développe la coopération avec les milieux éducatifs.



- *Réseau France outre-mer désigne un ensemble de services de télévision et de radio, diffusés en outre-mer et sur le territoire métropolitain.*

Réseau France outre-mer assure également la continuité territoriale des programmes des services de télévision et de radio édités par les sociétés nationales de programme ou leurs filiales répondant à des missions de service public, de la métropole vers l'outre-mer et de l'outre-mer vers la métropole.

Les « Télé Pays » et « Radio Pays » sont des services régionaux généralistes qui privilégient la proximité dans leur offre de programmes. Ils font appel à tous les genres dans une ligne éditoriale proche des cultures et environnements des territoires ultra-marins français et contribuent à l'expression des langues régionales.

Chaîne de la mixité et de la diversité culturelle, accessible sur tout ou partie du territoire métropolitain, France Ô offre une vitrine de choix à toutes les composantes qui participent de l'identité de la communauté nationale, en particulier aux populations ultra-marines. L'accent est notamment porté sur les magazines, le débat citoyen et les spectacles vivants.

A travers la programmation de Réseau France outre-mer, France Télévisions diffuse quotidiennement sur les services destinés aux populations d'outre-mer des journaux d'information concernant l'actualité locale, régionale, nationale et internationale. Elle programme des émissions traitant de la vie des populations d'outre-mer à travers leur culture, leur histoire, leurs traditions et leurs caractéristiques économiques et sociales. Les sujets et émissions produits pour être diffusés sur ces services peuvent être diffusés sur les autres services qu'elle édite.

La société veille à ce que les autres services de télévision qu'elle édite intègrent des programmes de Réseau France outre-mer à des heures d'écoute favorable et rendent compte de la vie économique, sociale et culturelle en outre-mer. Dans le même but, elle peut conclure avec la société Radio France une convention.

▪ **Le contrat d'objectifs et de moyens**

L'article 53 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée prévoit que le Contrat d'objectifs et de moyens doit permettre à l'Etat et à France Télévisions de tracer des perspectives de développement fondées sur des engagements dont la mise en œuvre peut être mesurée par des indicateurs et pour lesquels les modalités de financement sont précisées.

En application de cet article, les objectifs qui figurent dans le COM doivent porter sur :

- les axes prioritaires de développement ;
- les engagements pris au titre du soutien à la création ;
- les engagements pris dans le domaine de l'accessibilité des programmes ;
- la détermination du coût prévisionnel des activités complétée par des indicateurs de résultats ;
- les indications relatives au montant des ressources publiques et des recettes propres ;
- les axes d'amélioration de la gestion financière et des ressources humaines dans le but d'un retour à l'équilibre financier.

La loi n° 2013-1028 du 15 novembre 2013 relative à l'indépendance de l'audiovisuel public confère désormais au Conseil supérieur de l'audiovisuel une compétence d'avis sur le contrat d'objectif et de moyens et pour se prononcer sur le rapport annuel d'exécution des engagements souscrits par France Télévisions dans le cadre de son contrat d'objectifs et de moyens. Ce rapport fera l'objet d'une publication ultérieure de la part du Conseil.

Le Gouvernement a transmis pour avis au Conseil supérieur de l'audiovisuel, le 8 août 2013, un projet d'avenant qui modifie en partie le Contrat d'objectifs et de moyens conclu le 22 novembre 2011 pour la période 2011-2015.

A l'issue de la séance plénière du 11 septembre 2013, le Conseil a rendu un avis portant sur cet avenant au Contrat d'objectifs et de moyens s'inscrivant dans le cadre des missions que lui a confiées le législateur, notamment en ce qui concerne la garantie de l'indépendance et de l'impartialité du secteur public, l'amélioration de la qualité et de la diversité des programmes, le développement de la production et de la création nationales ainsi que la promotion des représentations de la diversité de la société française.

Dans cet avis, le Conseil a noté les progrès réalisés par le projet d'avenant par comparaison au Contrat d'objectif initial et a procédé à un examen critique des domaines dans lesquels des reculs ont pu être identifiés et enfin, il a pris soin de formuler des recommandations sur certains sujets majeurs.

Il avait notamment appelé à préciser les lignes éditoriales des chaînes notamment celle de France4. Le Conseil avait également mis en exergue une diminution du volume des programmes régionaux de France 3 (17 000 heures au total au lieu des 20 000 initialement déterminées) entrant en contradiction avec l'objectif de proximité de la chaîne et il avait également regretté que les objectifs en matière de culture et de musique soient peu précis.

L'avis du Conseil est disponible en annexe 1.

Le 22 novembre 2013 a été conclu l'avenant au Contrat d'objectifs et moyens de la société nationale France Télévisions portant sur la période 2013-2015.

Cet accord conforte et renforce les missions des chaînes du service public : complémentarité et différenciation des offres, qualité et diversité de l'information, rôle dans la diffusion gratuite du sport, offre de proximité dans l'hexagone et en outre-mer, développement numérique, soutien à la création, accessibilité aux personnes handicapées.

Ce texte renforce également les objectifs quantitatifs en matière de programmes culturels en première partie de soirée, affirme plus clairement l'engagement de France Télévisions en faveur du sport féminin à l'antenne et introduit des objectifs chiffrés en matière de présence des expertes dans les émissions de débats.

Cet avenant au contrat d'objectifs et de moyens marque également la réorientation de France 4 en direction des jeunes publics et le renforcement de l'identité ultramarine de France Ô.

I-L'offre de programmes

A. Caractéristiques de la programmation nationale¹

▪ France 2

Article 3 Chaîne généraliste de la communauté nationale dont l'ambition est de réunir tous les publics autour d'une offre large et variée se nourrissant de toutes les formes de programmes dans leur dimension la plus fédératrice.

La programmation de France 2 est placée sous le double signe de l'événement et de la création cinématographique et audiovisuelle française et européenne, et joue un rôle majeur en matière d'information et de sport.

En 2013 et dans un contexte concurrentiel tendu, France 2 est restée la première chaîne publique en enregistrant une part d'audience de 14% (-0,9 point). La chaîne a proposé tous les genres de programmes présents dans l'offre d'une chaîne généraliste.

L'année a été particulièrement marquée par les modifications apportées aux avant-premières parties de soirée de la chaîne. Cette plage horaire stratégique, 17h30-20h, a été l'objet d'une série de plusieurs modifications de programmation à la suite de l'insuccès du programme phare de la rentrée 2013-2014, *Jusqu'ici tout va bien* présenté par Sophia Aram et diffusé tous les jours de la semaine à 18h15. Compte tenu de ses mauvaises audiences, cette émission, pourtant dévolue à relancer les audiences de France 2 et notamment celles du journal de 20 heures, a été arrêtée le 20 décembre 2013.

En 2013 et à l'instar des années précédentes, la programmation de la première chaîne du groupe France Télévisions est notamment marquée par la place accordée aux magazines et documentaires et à l'information, représentant près de 55% de l'offre globale de la chaîne.

L'offre documentaire de France 2 a confirmé en 2013 sa politique éditoriale événementielle en première partie de soirée. Le 17 décembre 2013, la chaîne a programmé à 20h45 le documentaire *Le Plus Beau Pays du monde* réunissant, à l'occasion des fêtes de fin d'année, près de 7 millions de téléspectateurs. Cette offre a notamment été assortie de diffusions diverses et plurielles comme *Afrique sauvage* ; *Le Clan des Chirac* ; *Apocalypse Hitler* par exemple.

Les documentaires diffusés en deuxième partie de soirée au sein de la case *Infrarouge* ont fait appel à de nouvelles écritures. La diffusion de la série documentaire *Génération quoi ?* a ainsi fait appel à un vaste questionnaire en ligne disponible sur internet pour dresser le portrait de la génération des 18-34 ans. Cette série a fait l'objet de nombreux échos sur l'ensemble des réseaux sociaux.

France 2 a conforté son offre de magazines avec en première partie de soirée, des programmes de découverte tels que *Rendez-vous en terre inconnue*, *Secrets d'Histoire* ou des émissions d'investigation comme *Cash Investigation* qui aborde et décrypte notamment les stratégies marketing, le détournement d'argent public ou encore la manipulation de l'information. En deuxième partie de soirée, les magazines de France 2 font appel au débat et aux échanges de points de vues au

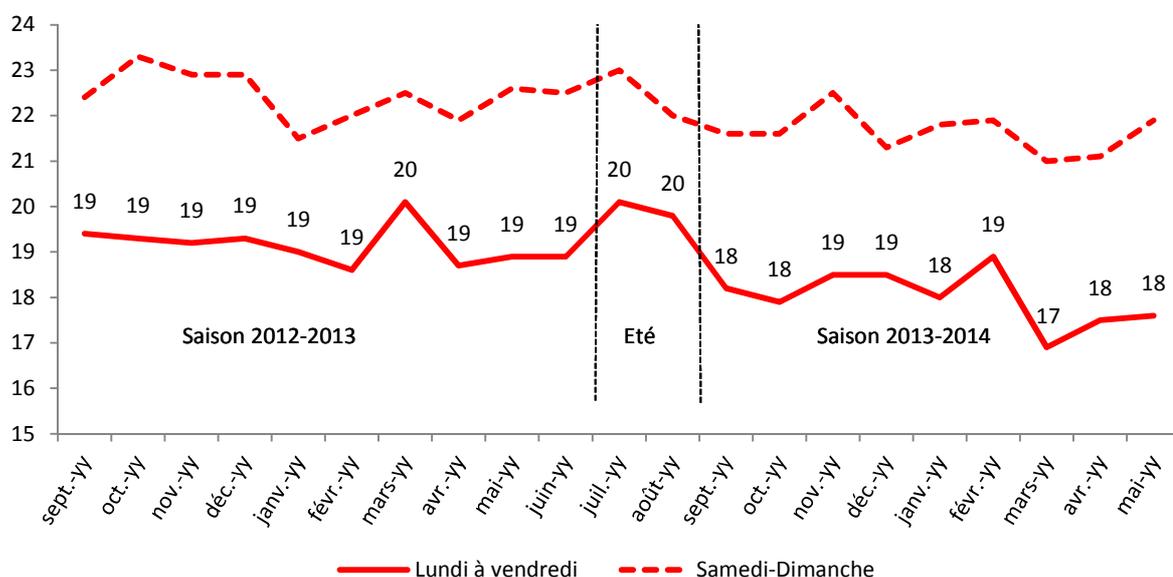
¹ Les grilles des programmes sont disponibles en annexe 2.

travers de *On n'est pas couché*, *La parenthèse inattendue* ou *Ce soir ou jamais*, présent depuis mars 2013 sur l'antenne de France 2.

L'offre d'information de la chaîne se concrétise au travers des journaux de la rédaction nationale de la chaîne. Elle propose chaque jour deux heures de journaux télévisés dans le cadre de quatre éditions quotidiennes diffusées à 7 heures, 8 heures, 13 heures et 20 heures. Ce dernier a connu en 2013, une baisse de ses résultats d'audience s'expliquant en partie par les difficultés rencontrées par la chaîne en avant-première partie de soirée.

Part d'audience du 20H de France 2 de septembre 2012 à mai 2014 (en %)

Source : Médiamétrie, Médiamat. Individus de 4 ans et + équipés TV. France métropolitaine.



A cette offre d'information, vient s'ajouter les magazines d'information de France 2. Ces derniers constituent l'un des marqueurs identitaires de la chaîne : *Envoyé Spécial*, *Complément d'enquête*, *Des paroles et des actes* (seule débat politique en première partie de soirée), *Mots croisés*, *Un œil sur la planète* ou encore *13h15 le samedi* et *13h15 le dimanche*.

La fiction d'expression française a été partiellement renouvelée grâce à la diffusion de nouveaux épisodes des séries emblématiques de France 2. A ce titre, on peut noter la mise à l'antenne des nouvelles saisons de *Fais pas ci, fais pas ça* ; *Les Petits Meurtres d'Agatha Christie*, *Boulevard du palais*, *Deux flics sur les docks*. Sur ce genre de programmes, la chaîne a également innové en proposant de nouvelles séries essentiellement policières : *Chérif* ; *Détectives* ; *Caïn* ou *Candice Renoir* qui, pour la plupart d'entre elles ont trouvé leur public.

L'offre de divertissement et de musique est essentiellement portée par des programmes à forte notoriété comme *Le Plus Grand Cabaret du monde* ; *Champs Elysées*, *N'oubliez pas les paroles* et par des programmes événementiels tels que *La Fête de la musique, du soleil et des tubes à Marseille, les 10 ans de la Fête de la chanson française* ou *Piaf, Hymne à la Môme*.

A la suite de l'arrêt de *Taratata et CD'aujourd'hui*, qui avait suscité une vive émotion des professionnels de la musique, la chaîne a profondément modifié son offre en créant *Alcaline*, nouveau programme identitaire de la chaîne. Cette émission se décline en trois volets : *Alcaline, l'instant* (programme court quotidien diffusé aux alentours de 20h40) ; *Alcaline, le magazine* (émission hebdomadaire, diffusée en deuxième partie de soirée) et enfin *Alcaline, le concert* (rendez-vous mensuel diffusé en deuxième partie de soirée).

En matière de théâtre, d'opéra, de danse et de musique classique, la chaîne a assuré plusieurs retransmissions de captations. Elle a ainsi proposé en première partie de soirée quelques pièces de théâtre : *A la française* mise en scène par Edouard Baer ; *La Station Champbaudet*, comédie-vaudeville d'Eugène Labiche, ou encore la pièce *Le Jeu de l'amour et du hasard* de Pierre Carlet de Marivaux interprétée par la troupe de la Comédie Française. Il est à noter toutefois que 76% de l'offre de spectacles et de concerts est diffusé entre minuit et six heures du matin.

Enfin et comme les années précédentes, France 2 a retransmis de nombreuses compétitions sportives : *Le tournoi de Roland Garros*, *Le Tour de France*, les finales du *Top 14*, de la *Coupe de France* et de la *Coupe de la ligue*, les *Championnats du monde d'athlétisme et de natation*.

■ France 3

Article 3 Chaîne nationale à vocation régionale et locale, chaîne de la proximité, du lien social et du débat citoyen. La programmation de France 3 contribue à la connaissance et au rayonnement des territoires et le cas échéant, à l'expression des langues régionales. Dans un monde globalisé, elle offre à chacun la possibilité de réfléchir sur ses racines tout en suivant l'évolution de la société contemporaine en ouvrant une fenêtre sur le monde. La chaîne accentue sa couverture du territoire et amplifie ses efforts sur l'information régionale, le magazine, le documentaire et la fiction originale.

France 3 reflète la diversité de la vie économique, sociale et culturelle en région grâce aux décrochages régionaux, y compris aux heures de grande écoute, dont les programmes peuvent être repris au niveau national.

La programmation de France 3 assure une information nationale, régionale et locale [...].

France 3, chaîne nationale à vocation régionale et locale, a proposé l'ensemble des grands genres de programmes (information, magazines, documentaires, fictions audiovisuelles, animation, spectacles vivants et divertissements) tout en offrant une programmation de proximité.

En 2013, les décrochages régionaux et locaux ont représenté 695 heures 32 minutes de programmes sur l'antenne nationale de France, soit 8% de l'ensemble de la grille, en baisse de 1 point comparé à 2012.

Si on totalise l'ensemble des offres de programmes proposés par les stations régionales, l'offre régionale globale a représenté 17 941 heures de programmes régionaux (hors via Stella), un volume en nette diminution par rapport à l'année 2012 qui comptait plus de 19 801 heures de programmes (hors via Stella), soit une diminution de plus de 9%.

Le volume de diffusion des programmes régionaux, sans la prise en compte des journaux et magazines d'information (8 830 heures), s'est porté à 9 111 heures contre 10 888 heures en 2012, représentant 50,8% de l'offre régionale et en diminution de plus de 16%.

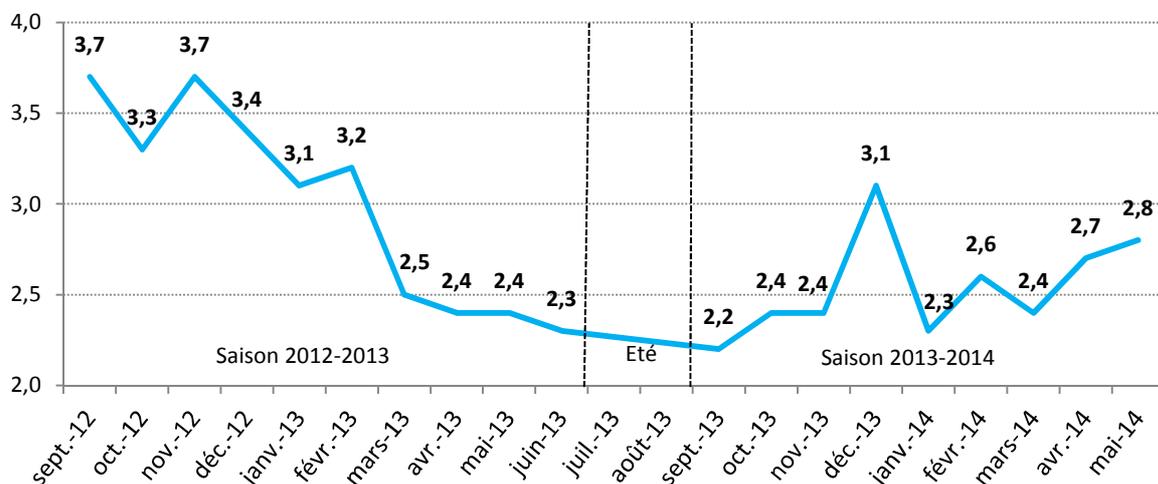
En 2013, les tranches horaires réservées aux décrochages locaux étaient les suivantes :

- Les matins en semaine : *Des histoires et des vies* (lundi, mardi, jeudi et vendredi de 9 heures à 11 heures) ;
- Le samedi matin : *La voix est libre* (30 minutes 11h30 et 52 minutes une fois par mois à 11 heures) ;
- Le samedi après-midi : *Samedi avec vous* (de 15h25 à 16h50) ;
- Le dimanche matin : *Dimanche avec vous* (30 minutes à 11h30) ;
- Le vendredi soir en deuxième partie de soirée, dans le cadre d'une programmation mensuelle, avec *Enquêtes de régions* suivi de *Doc 24*.

Ci-après, une analyse de l'audience du programme matinal *Des histoires et des vies*, diffusé en semaine.

Part d'audience de *Des Histoires et des Vies* de septembre 2012 à mai 2014 (en %)

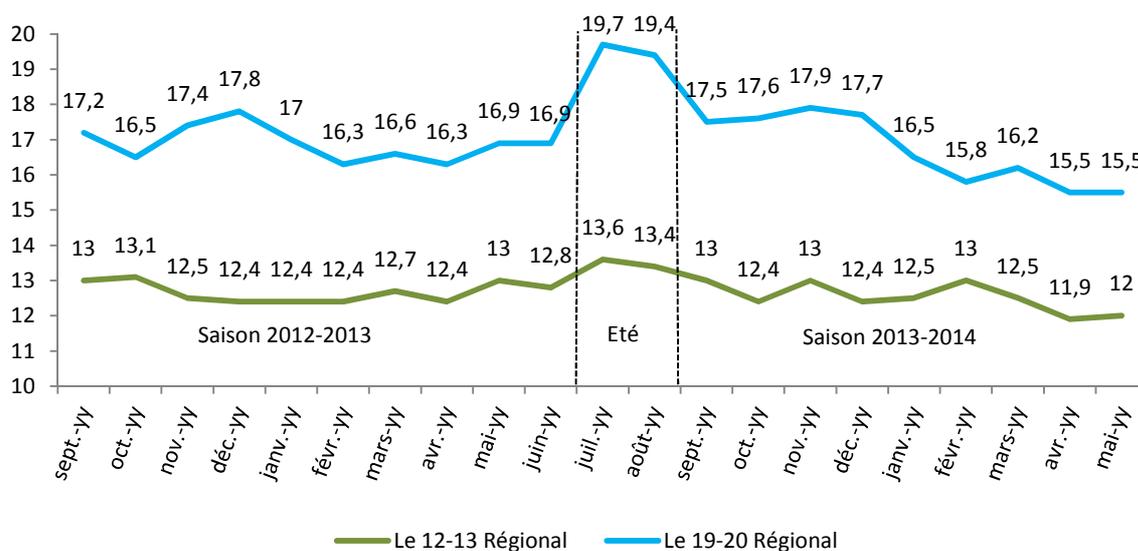
Source : Médiamétrie, Médiamat. Individus de 4 ans et + équipés TV. France métropolitaine.



Cette analyse démontre que les émissions régionales programmées chaque matin de la semaine n'ont pas rencontré les faveurs du public. En effet, les audiences des cases régionales restent très faibles, souvent inférieures à 3%. En revanche, les tranches d'informations régionales de la mi-journée et du soir remportent l'adhésion des téléspectateurs qui sont attachés aux éditions d'informations régionales et locales.

Part d'audience des journaux régionaux de France 3 de septembre 2012 à mai 2014 (en %)

Source : Médiamétrie, Médiamat. Individus de 4 ans et + équipés TV. France métropolitaine.



En matière d'information, l'offre régionale et locale apparaît dans les cases horaires consacrées à l'information. Des décrochages sont ainsi organisés au sein du *12/13*, du *19/20* et du *Grand Soir 3*. Cette dernière émission d'information, lancée le 25 mars 2013 et diffusée tous les jours de la semaine aux alentours de 22h40, a provoqué, au cours du premier semestre, des modifications dans l'articulation de la grille de France 3 notamment sur ses cases documentaires, suscitant de vives réactions de la part du monde des producteurs compte tenu du décalage des deuxièmes et troisièmes parties de soirées dévolues au documentaire.

Ainsi, la case *Docs Interdits*, programmée le lundi soir en deuxième partie de soirée s'est vu diffusée le vendredi soir aux mêmes horaires au cours du second semestre. La case de *l'oncle Doc* est restée programmée le lundi soir en troisième partie de soirée. France 3 a toutefois, en réponse des inquiétudes de certains producteurs, mis en avant son offre documentaire en proposant notamment en première partie de soirée, le mercredi puis le lundi, la case *Histoire immédiate*. Au sein de cette case ont été diffusés : *DSK, l'homme qui voulait tout* ; *Aventure en Indochine 1946-1954* ; *Affaire Merah : itinéraire d'un tueur*.

La fiction audiovisuelle d'expression originale française a fait l'objet de deux rendez-vous hebdomadaires, le mardi et le samedi en première partie de soirée. La chaîne a rencontré de beaux succès d'audience en proposant notamment la saison 5 d'*Un village Français*, les derniers épisodes de *Louis la brocante* ou de l'unitaire *Meurtre à Saint-Malo* qui est appelé à être développé dans d'autres régions françaises.

Les magazines identitaires de la chaîne ont été reconduits en 2013. Parmi eux : *Thalassa*, dont la première diffusion est intervenue en 1975, *Midi en France*, permettant de découvrir les régions françaises, *Faut pas rêver*, aidant à la découverte et à la compréhension du monde ou encore *Météo à la carte*, permettant l'interaction avec les téléspectateurs.

Enfin, l'offre jeunesse de la chaîne, qui s'adresse plus spécifiquement aux enfants âgés de 6 à 12 ans, a mis à l'antenne de nouvelles créations comme *Les Lapins crétiens invasion* ou *Chaplin & co*.

■ France 4

Article 3 Chaîne de la jeunesse et des nouvelles générations, dont la vocation est d'attirer et de fidéliser les jeunes et les jeunes adultes en exposant les nouveaux talents des scènes actuelles (musique et spectacle). Ses programmes proposent aux nouvelles générations un espace de partage et de reconnaissance.

France 4 renforce son engagement en faveur de l'innovation et de la création par la mise à l'antenne de nouveaux formats. France 4 a également vocation à prendre les risques nécessaires aux avancées éditoriales de la société.

En 2013, France 4 a cherché à proposer une offre consacrée aux nouvelles générations. Celle-ci a tout particulièrement été marquée par la place accordée à la fiction télévisuelle (4 175 heures dont 1 054 heures de rediffusions de la série *Plus belle la vie*) et à l'animation (1 197 heures) qui représentent près de 62% de l'offre globale de programmes. Cette offre est très largement composée de rediffusions.

La chaîne se distingue par son offre de divertissements et de spectacles. La chaîne a ainsi proposé en 2013 plus de 750 heures de spectacles et de concerts. La programmation en première partie de soirée a notamment mis en avant des rediffusions de quelques spectacles d'humoristes (Chevaliers du fiel, Elie Kakou, Gad Elmaleh ou encore Dany Boon), les concerts, pour certains multidiffusés, ont pour leur part majoritairement bénéficié d'une exposition horaire plus tardive. Globalement, 64,6% l'offre de de concerts et de spectacles a été diffusée entre minuit et six heures du matin.

En matière de magazines et de documentaires, la chaîne a développé de nouveaux programmes à vocation identitaire. La collection documentaire *Off, Secrets et Coulisses*, accompagne les téléspectateurs dans la découverte des coulisses des grands évènements et de lieux prestigieux. Ce programme s'est attaché à décrypter les coulisses des radios et des télévisions, celles de la Justice, du pouvoir ou encore les coulisses des nouveaux lieux de fêtes. L'année 2013 a également été marquée par la mise en l'antenne du magazine *On n'est pas que des pigeons* qui souhaite porter à la connaissance du public les pièges à éviter en matière de consommation.

Enfin, l'offre cinématographique de la chaîne s'est articulée autour de deux rendez-vous : le dimanche en deuxième partie de soirée et le mercredi en première partie de soirée. Il est à noter que la chaîne a poursuivi le développement de sa case dédiée aux films d'art et d'essai le mercredi en deuxième partie de soirée. Au sein de cette case horaire spécifique, la chaîne a notamment mis à l'honneur le cinéma sud-américain avec la diffusion de *La Cité de dieu* de Fernando Meirelles, *La Zona, propriété privée* de Rodrigo Pla et *Sin Nombre* de Cary Fukunaga. Des cycles dédiés aux femmes d'aujourd'hui ou consacrés au Festival de Cannes ont également bénéficié de cette fenêtre d'exposition.

L'année 2014 sera pour France 4 une année de mutation suite à la suite de son nouveau positionnement éditorial défini dans l'avenant au contrat d'objectifs et de moyens conclu entre l'Etat et France Télévisions. La chaîne est désormais appelée à s'adresser aux nouvelles générations- des enfants, petits et grands, aux jeunes adultes.

■ France 5

Article 3 Chaîne du décryptage, du partage des savoirs et de la transmission des connaissances. Ses programmes contribuent à la découverte et à la compréhension du monde, en s'attachant tout particulièrement aux registres des sciences et techniques, des sciences humaines, de l'environnement et du développement durable.

France 5 valorise l'accessibilité de ses contenus pédagogiques et de connaissances par tout moyen de communication électronique et développe la coopération avec les milieux éducatifs.

En 2013, la chaîne du décryptage, du partage des savoirs et de la transmission des connaissances a, conformément aux missions que lui ont été confiées par les pouvoirs publics, proposé une grille de programmes d'une grande stabilité s'articulant autour d'un grand genre de programmes, les magazines et les documentaires et dans une moindre mesure à la fiction audiovisuelle et à l'animation.

Les magazines et les documentaires ont représenté plus de 80% de son offre de programmes. Les magazines de la chaîne ont pour la plupart été maintenus en 2013 (*C à dire, C dans l'air, C à vous, Les Maternelles, Le Magazine de la santé, La Grande Librairie ou Médias, le magazine*).

De nouveaux magazines ont mis à l'antenne avec un nouveau magazine de la consommation a ainsi vu le jour à la rentrée 2013-2014, *La Quotidienne*, diffusée du lundi au vendredi entre midi et treize heures. Ce magazine interactif sollicite les téléspectateurs grâce à internet et aux réseaux sociaux. Autre nouveauté marquante en 2013, le nouveau magazine présenté par Alessandra Sublet, *Fais-moi une place*, qui invite des personnalités à faire découvrir aux téléspectateurs des lieux qui leur sont chers.

L'offre documentaire de France 5, qui occupe plus de 50% de la grille de la chaîne, a, comme les années précédentes, proposé de nombreuses œuvres traitant de thèmes et de sujets divers : société française et internationale, histoire, politique, culture, économie, ou encore littérature.

Au sein de cette offre, on peut mettre par exemple en exergue les documentaires suivants : *La Promesse de Florange ; Mariage gay, et les enfants alors ? ; Dans la peau d'un chômeur de plus de 50 ans ; Dans le secret du conseil des ministres ; Palme, une huile qui fait tâche ou High Tech : un gâchis organisé ; Nourriture low cost, à qui profitent les prix ; Sur les toits de Paris*. La plupart d'entre eux ont fait l'objet d'une diffusion en première partie de soirée le dimanche soir au sein de la case documentaire, Doc du dimanche, ou celle du mardi soir, toujours en première partie de soirée, *Le Monde en face*, fédérant tous deux un nombre satisfaisant de téléspectateurs.

L'année 2013 a également été marquée par la diffusion de la sixième et dernière saison de la collection *Empreintes* qui dresse le portrait de personnalités françaises appartenant au monde des arts, de la culture ou des sciences. Cette dernière saison s'est attachée à présenter des artistes tels que Bernadette Laffont ou Line Renaud, des artistes peintres comme Fabienne Verdier ou Gérard Garouste.

Enfin, France 5 a proposé 1 072 heures d'animation jeunesse. L'offre de la chaîne s'adresse aux jeunes enfants, les 3-6 ans. Au sein de la tranche jeunesse consacrée à ce jeune public, *Les Zouzous*, France 5 a proposé des séries d'animation favorisant l'éveil (*Lulu Vroumette, Mofy, Grabouillon*) et des séries éducatives (*Sid, le petit scientifique ; Umizoomi*) permettant aux enfants d'appréhender l'univers des mathématiques ou des sciences. Toutefois, il est à noter que la chaîne a mis fin à son offre de la mi-journée en octobre 2013, à la suite de la mise à l'antenne de son magazine économique et au réajustement éditorial porté à l'offre jeunesse de sa consœur France 4.

▪ France Ô

Article 3 Chaîne de la mixité et de la diversité culturelle, accessible sur tout ou partie du territoire métropolitain, France Ô offre une vitrine de choix à toutes les composantes qui participent de l'identité de la communauté nationale, en particulier aux populations ultramarines. L'accent est notamment porté sur les magazines, le débat citoyen et les spectacles vivants.

La grille de France Ô s'est articulée en 2013 autour de cinq genres de programmes distincts : l'information, la fiction audiovisuelle et le cinéma, le documentaire, les programmes culturels (et plus particulièrement la musique et le spectacle vivant) et enfin le sport.

L'offre d'information de France Ô a représenté 16% de la proposition globale de programmes de la chaîne. Celle-ci s'articule autour de quatre heures de journaux télévisés quotidiens issus des différentes rédactions des Outremer 1^{ère} et de France Ô. L'offre s'est décomposée de la manière suivante :

- La rediffusion des journaux télévisés locaux d'Outremer en début de matinée jusqu'à 8h20 ;
- Une synthèse des principales informations d'Outremer au travers d'une synthèse tout en images aux alentours de 8h20 ;
- *L'Infô Midi* ;
- *L'Infô Soir*, diffusée tous les soirs à 19h40, permettant de donner la parole aux personnalités politiques et de la société civile qu'elles soient d'outremer ou de métropole.

Par ailleurs, il est à noter que chaîne propose en troisième partie de soirée un journal télévisé consacré à l'actualité africaine proposé par l'agence AITV (Agence Internationale d'images de télévision, filiale du réseau Outremer 1^{ère}) dont la suppression a été programmée et annoncée à la fin de l'année 2013.

La fiction audiovisuelle et le cinéma ont constitué le genre le plus important de l'offre de programmes de France Ô à hauteur de 30%. L'année 2013 a notamment été marquée par la diffusion d'une série originale, *CUT !* (entièrement tournée à La Réunion et bénéficiant d'un format d'écriture original orienté autour d'un dispositif « transmédia ») et par la programmation d'un format court humoristique, *Les Iles d'en face*, fiction qui a été tournée dans cinq régions d'outremer (Guadeloupe, Polynésie Française, Nouvelle-Calédonie, La Réunion, Martinique).

La politique documentaire de la chaîne s'est notamment illustrée par la mise en place, en septembre 2013, de trois rendez-vous consacrés aux thématiques ultramarines : *Archipels*, *Outremer en doc*, *Enquêtes en Outremer*.

L'ambition culturelle de France Ô s'est essentiellement concentrée sur trois genres de programmes : le spectacle vivant, les programmes musicaux et les magazines. Outre la captation de concerts, l'offre musicale de la chaîne s'est notamment concentrée sur une soirée hebdomadaire, diffusée le vendredi, composée de magazines (*Le Ring*, *Aline au pays de merveille*), de documentaires (*Ibrahim Malouf à Istanbul*, *Youssef Bomayé*) et par la diffusion d'un ou plusieurs concerts.

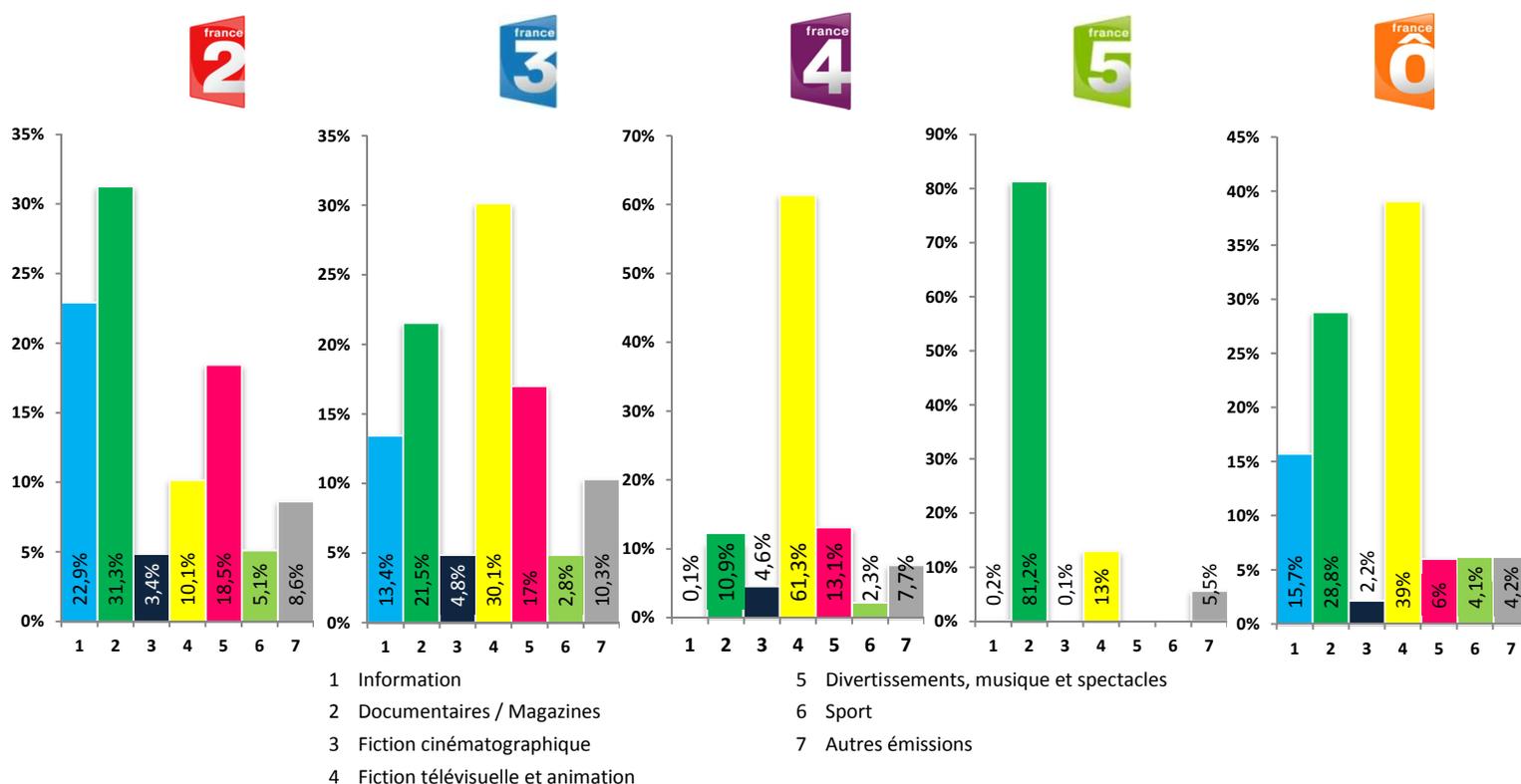
En septembre 2013, l'offre musicale de la chaîne s'est notamment renforcée par la mise à l'antenne des *Nova Sessions*, concerts privés produits avec la collaboration de la station Radio Nova et la

plateforme de France Télévisions dédiée à la culture, *Culturebox*. Parmi les prestations diffusées sur l'antenne de France Ô, on peut citer notamment : Patrice, Winston McAnuff ou encore Oxmo Puccino.

Enfin, l'offre sportive de la chaîne a permis d'étendre la diffusion du sport sur les antennes du groupe France Télévisions, en particulier les compétitions d'athlétisme et de natation tout en essayant de favoriser la retransmission d'événements sportifs d'outremer.

B. Les grandes tendances de l'année 2013

▪ Les principales caractéristiques de l'offre sur l'ensemble de la diffusion



La répartition de l'offre de programmes des cinq chaînes nationales du groupe France Télévisions permet nettement de différencier la vocation des différentes antennes.

France 2 (principalement portée par les magazines et documentaires), France 3 (la fiction constituait sa première offre de programmes) et, dans une moindre mesure, France Ô, s'affichent comme de réelles chaînes généralistes couvrant l'ensemble des grands genres de programmes.

La répartition des programmes de France 2, France 3 et France Ô est portée par trois genres principaux représentant plus de 15% de l'offre.

France 4 et France 5, quant à elles, se différencient par une offre marquée sur un genre particulier, respectivement les magazines et documentaires pour la première et la fiction et l'animation pour la seconde.

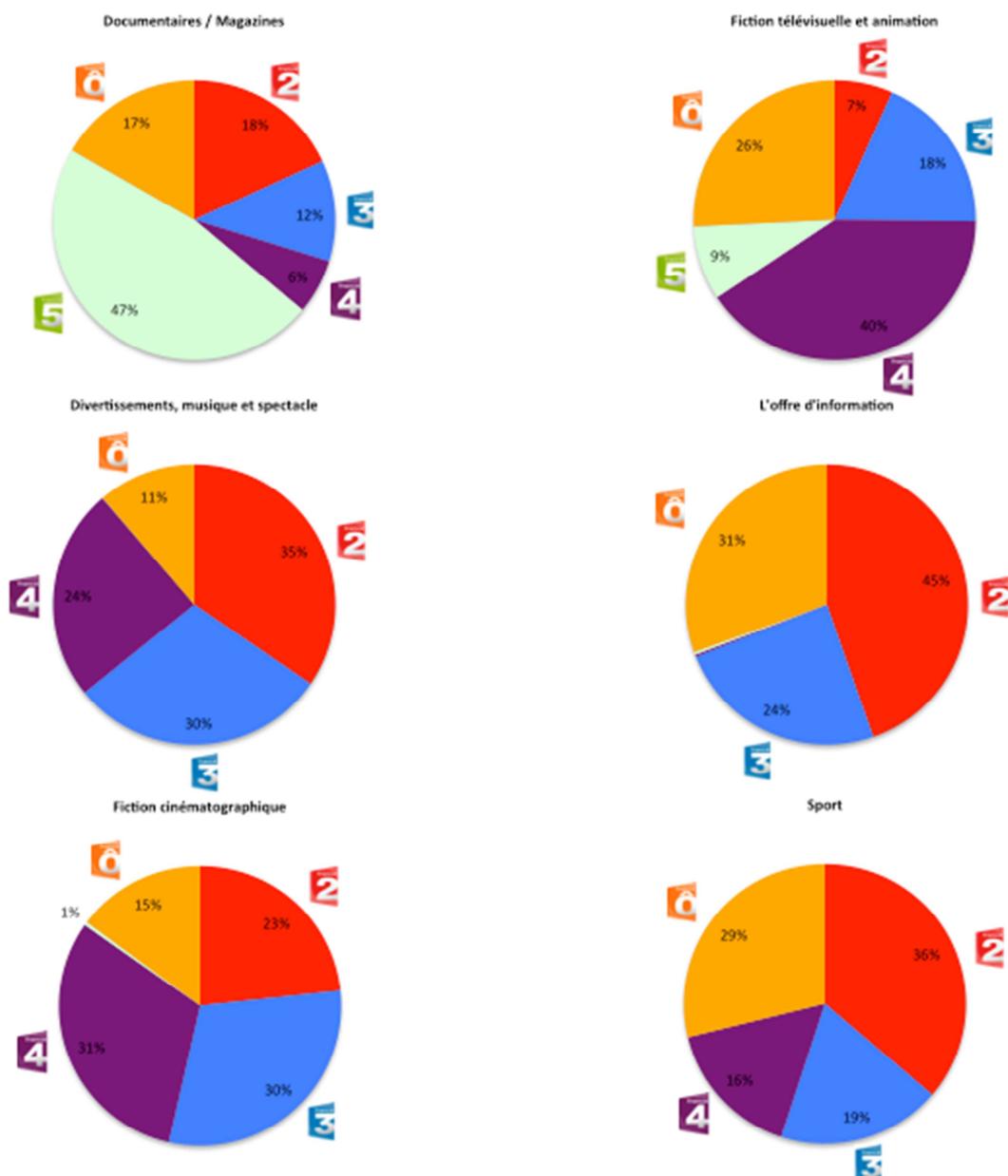
En 2013, l'offre globale de France Télévisions sur l'ensemble de la programmation s'est répartie de la manière suivante :

- Documentaires et magazines : 15 089 heures, soit 34,9% de l'offre ;
- Fiction audiovisuelle et animation : 13 264 heures, soit 30,7% de l'offre ;
- Divertissements, musique et spectacle : 4 683 heures, soit 10,8% de l'offre ;

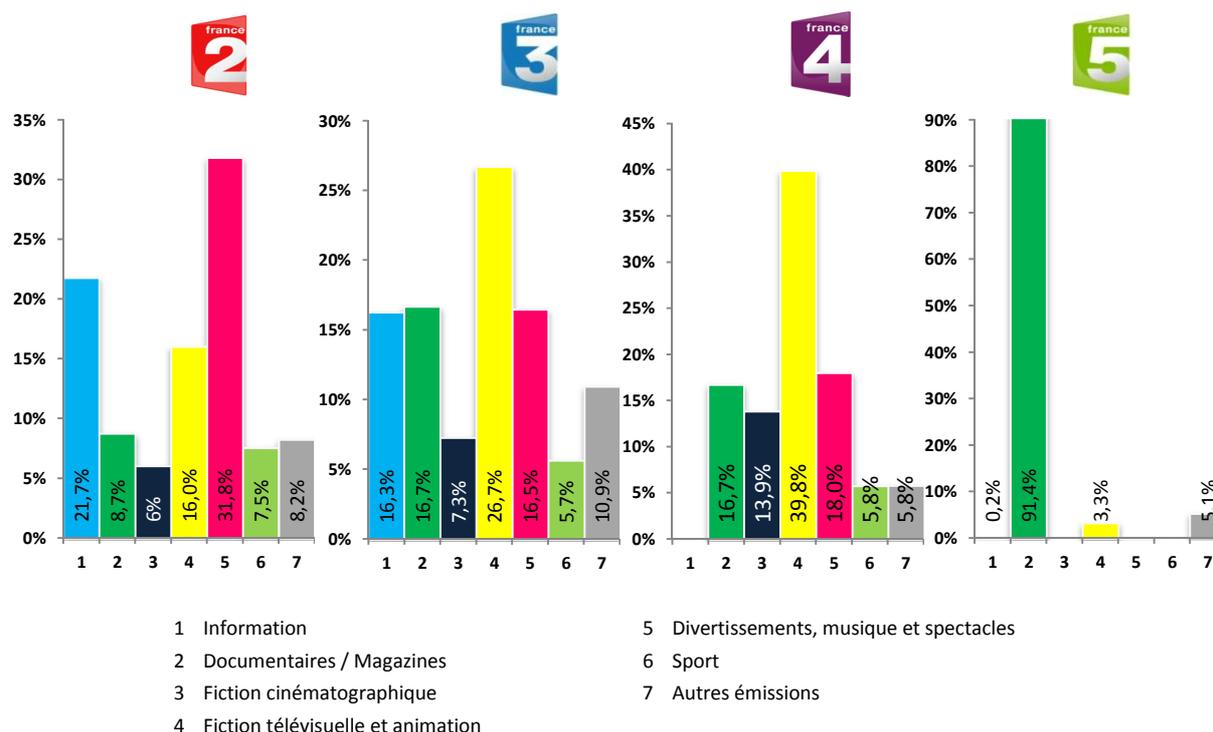
- Information : 4 501 heures, soit 10,4% de l'offre ;
- Fiction cinématographique : 1 295 heures, soit 3% de l'offre ;
- Sport : 1 233 heures, soit 2,9% de l'offre.

La publicité et l'habillage d'antenne ont représenté un volume horaire global de 3 120 heures (7,2%).

L'offre globale de France Télévisions se ventile de la manière suivante sur l'ensemble des antennes :



■ Les principales caractéristiques de l'offre entre 18 heures et 23 heures



Au sein de cette tranche horaire, comprenant les avant-premières parties de soirée, les premières parties de soirée et le lancement des deuxièmes parties de soirée, l'offre des chaînes affiche des changements dans la répartition des grands genres de programmes. Cette case horaire, très concurrentielle et courue par les annonceurs, impose au service public d'offrir une répartition plurielle de son offre.

L'offre de France 2 se répartit de manière sensiblement différente sur cette tranche horaire comparée à son offre disponible sur l'ensemble de la journée. En effet, en journée, les magazines et les documentaires ont constitué le premier genre de programme en 2013 mais, en soirée, n'ont représenté que la troisième offre de la chaîne (8,7% contre 31,3% sur l'ensemble de la grille). Entre 18 heures et 23 heures, la chaîne a proposé principalement des divertissements (31,8%), de l'information (21,7%) et de la fiction audiovisuelle (16%).

France 3, quant à elle, a stabilisé son offre comparée à celle disponible sur l'ensemble de la diffusion. La fiction audiovisuelle est en effet restée la première offre de la chaîne. Les autres grands genres l'information (16,3%), les magazines et documentaires (16,7%) et les divertissements (16,5%), se sont répartis de manière assez équitable au sein de cette tranche horaire.

La fiction audiovisuelle a constitué la première offre de programme de France 4 à l'instar de ce qu'elle a proposé en journée. Celle-ci était toutefois moins prégnante passant de 61,3% à 39,8% entre 18 heures et 23 heures, soit une baisse de plus de 38 points. Les autres genres ont ainsi bénéficié d'une meilleure exposition notamment les documentaires et les magazines. Compte tenu de la possibilité offerte par le décret² de diffuser des films de longs métrages le mercredi soir en

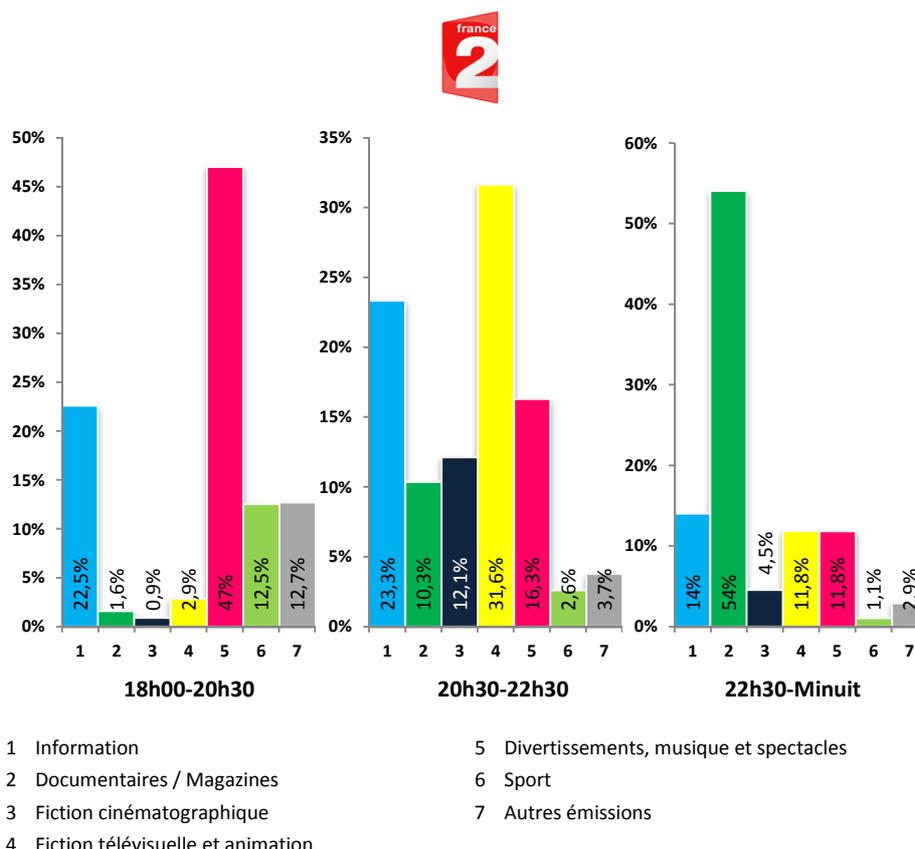
² Cette diffusion d'œuvres cinématographiques le mercredi soir, dérogatoire au I de l'article 10 du décret n°90-66 du 17 janvier 1990. Cf. analyse page 72.

première partie de soirée, l'offre cinématographique a constitué en 2013 13% de l'offre de France 4, soit près du double de celle de France 2 et France 3.

Comme sur l'ensemble de la journée, l'offre de France 5 a été naturellement portée par les documentaires et les magazines passant de 81,2% à plus de 91% entre 18 heures et 23 heures.

Au sein de cette tranche horaire et au delà de ces grands schémas analytiques, il convient de centrer cette étude sur les propositions de chaque chaîne du service public à des horaires plus ciblés, à savoir : la tranche 18h-20h30, 20h30-22h30 et 22h30 minuit.

France 2



France 2 / Avant-premières parties de soirée

En avant-première partie de soirée, l'offre de France 2 a principalement consisté en la diffusion de divertissements (47% de son offre). Comme rappelé précédemment, France 2 a rencontré des difficultés pour affiner sa stratégie éditoriale à cet horaire à la suite de la mise à l'antenne de son divertissement *Jusqu'ici tout va bien*, qui a peiné à trouver son public. La diffusion de cette émission souhaitait diversifier l'offre de France 2 à cet horaire, principalement composé de jeux, 228 heures de programmes, soit 25% de l'offre globale de la chaîne (*N'oubliez pas les paroles*, *Mot de passe*, *Avec ou sans joker* ou *Le Cube*). Au sein de l'offre de divertissements, il est à noter qu'une seule émission, *On ne demande qu'à en rire*, a représenté près de 106 heures de diffusion, soit 11% de l'offre entre 18 heures et 20h30.

L'information a constitué la deuxième proposition de la chaîne à cet horaire (22,5% de l'offre). Le journal de 20 heures et les bulletins météorologiques qui lui succèdent et le précèdent ont constitué l'essentiel de l'offre.

Le sport a représenté près de 114 heures de diffusion à cet horaire, soit 12,5% de l'offre globale de France 2. Il s'agit de la troisième proposition de la chaîne entre 18 heures et 20h30, essentiellement portée par les retransmissions sportives (cyclisme, tennis, rugby, natation, football) et le magazine sportif *Stade 2*.

France 2 / Premières parties de soirée

L'offre de la chaîne à cet horaire était assez diversifiée, à l'exception du sport, l'ensemble des grands genres a représenté plus de 10% de l'offre de la chaîne.

A l'instar des autres chaînes de la télévision gratuite, la fiction audiovisuelle a constitué le genre majeur de France 2 (230 heures et 41 minutes). Parmi les séries les plus emblématiques, on peut notamment citer les créations française suivantes: *Boulevard du palais* ; *Nicolas le Floch* ; *Fais pas ci Fais pas ça* ; *Les Petits Meurtres d'Agatha Christie*, *Candice Renoir* ou encore *Chérif*. France 2 a également proposé quelques séries étrangères : *Castle* (USA) ; *Rizzoli and Isles* (USA) ou *Sherlock* (Royaume-Uni). La répartition de l'origine de la fiction audiovisuelle proposée par France 2 était la suivante : 138 heures et 47 minutes de fiction d'expression originale française, soit 60,2% de l'offre de fiction et 91 heures et 53 minutes de fictions étrangères, soit 39,8%.

L'information a figuré en deuxième position dans la répartition des programmes diffusés en première partie de soirée (23,3% de l'offre globale pour un volume horaire de 170 heures et 21 minutes). France 2 est ainsi une des seules chaînes gratuites à proposer des magazines d'information en première partie de soirée et tout particulièrement des débats politiques. Cette offre comprenait bien évidemment la fin du journal de 20 heures de la chaîne (67 heures, 39,4% de l'offre d'information) mais également ses magazines d'information emblématiques : *Envoyé Spécial* (68 heures, 39,9% de l'offre d'information), *Des paroles et des actes* (12 heures, 7% de l'offre d'information).

L'offre « Divertissements, musique et spectacles » a constitué la troisième offre de la chaîne à cet horaire. Les divertissements étaient composés d'émissions de variétés (*Les Années bonheur*, *Le Plus Grand Cabaret du monde*, *Hier encore et Simplement pour un soir*) et de jeux (*Fort Boyard*, *N'oubliez pas les paroles*, *Qui sera le prochain grand pâtissier*). L'ensemble des programmes précités a constitué la majeure partie de l'offre « Divertissements » (56%) et 9,1% de la proposition globale de France 2.

Il est à noter que France 2 a proposé neuf spectacles vivants en première partie de soirée : du théâtre *A la française* mis en scène par Edouard Baer, *Le Jeu de l'amour et du hasard* de Marivaux, *Quadrille* de Guitry, *La Station Champbaudet* d'Eugène Labiche, *La Vérité* de Florian Zeller ; un seul opéra *Un bal masqué* de Verdi depuis les Chorégies d'Orange ; de la musique, *Ils chantent pour la tolérance* et *Le Concert de Paris*, retransmis en direct par France 2, France Inter et France Musique, sur les sites des chaînes, et en simultanée par l'Union Européenne de Radio – Télévision. Enfin, France 2 a également fait place au cirque en diffusant le 51^{ème} gala de l'Union des artistes. Au total, ces spectacles ont représenté un volume de 12 heures et 25 minutes.

En 2013, 59 films différents ont été proposés par France 2 entre 20h30 et 22 heures dont 55 exclusivement programmés en première partie de soirée, la diffusion de 4 films en deuxième partie de soirée étant intervenue avant 22h30. La case dédiée au 7^{ème} art était, comme depuis de nombreuses années, programmée le dimanche soir et occasionnellement le mardi soir. Parmi les œuvres cinématographiques proposées par la chaîne : *Black Swan* de Darren Aronofsky, *Le Cœur des hommes* de Marc Esposito, *Les Enfants du marais* de Jean Becker, *Match Point* de Woody Allen, *No country for old men* de Joel et Ethan Coen, *La Princesse de Montpensier* de Bertrand Tavernier, *Potiche* de François Ozon, *Shutter Island* de Martin Scorsese, *The social network* de David Fincher, *Camping* de Fabien Onteniente, *Je vous trouve très beau* d'Isabelle Mergault ou encore les films issus de la collection James Bond tels que *Demain ne meurt jamais* de Roger Spottiswood, *Goldeneye* de Martin Campbell et *Le monde ne suffit pas* de Michael Apted.

France 2 / Deuxièmes parties de soirée

Entre 22h30 et minuit, l'offre principale de France 2 s'est focalisée en 2013 sur les documentaires et les magazines. La chaîne a en effet proposé plus de 140 heures de documentaires et près de 155 heures de magazines représentant 54% des programmes diffusés en deuxième partie de soirée.

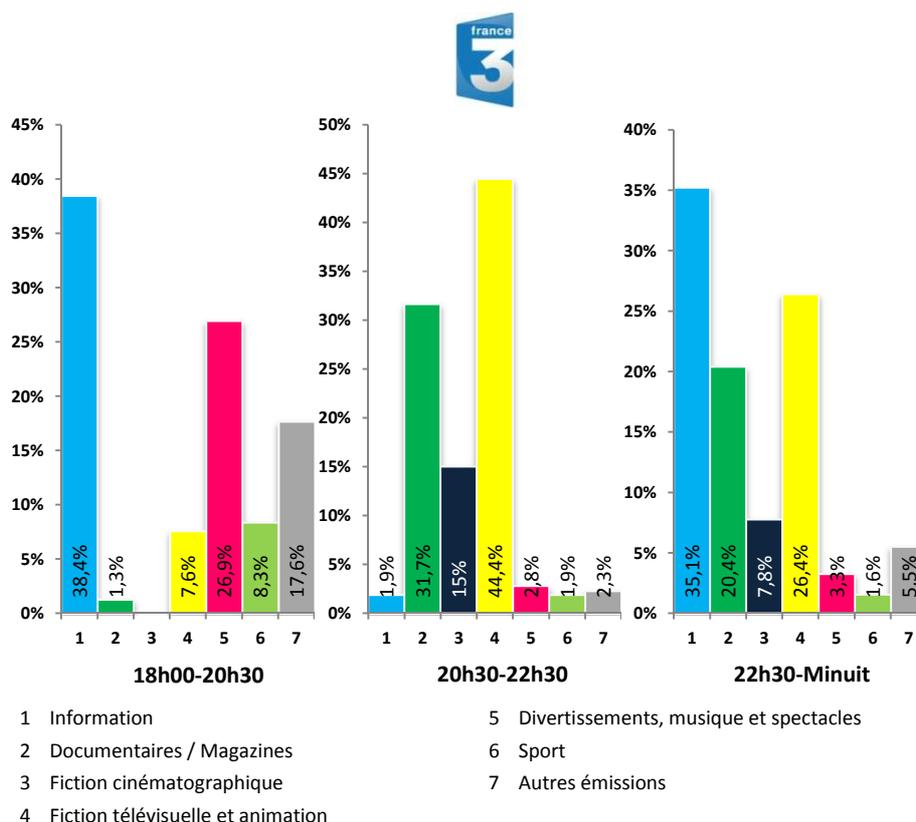
Outre la diffusion de documentaires unitaires proposés dans la case *Infrarouge*, la chaîne a poursuivi le développement de ses séries documentaires telles que *Cash Investigation* ; *Dans les yeux d'Olivier* ; *Faites entrer l'accusé* ; *Un jour, un destin* ; *Non élucidé* pour un volume total de 61 heures et 22 minutes, soit 55% de l'offre documentaire de la chaîne.

Les magazines quant à eux ont représenté 52,3% de l'offre « documentaires et magazines ». Parmi les magazines diffusés, on retrouve les programmes identitaires de la chaînes comme par exemple *Les Infiltrés* ; l'émission culturelle *Grand public* ; *On n'est pas couché* ; *Ce soir ou jamais* diffusé sur la chaîne depuis le 8 mars 2013 ; *La Parenthèse inattendue* et les émissions musicales de France 2 comme *La Boîte à musique de Jean-François Zygel* et *Alcaline, le mag*. Ces sept programmes ont représenté plus de 87% de l'offre « magazine » de France 2 en deuxième partie de soirée.

Le deuxième genre de programmes proposé par France 2 entre 22h30 et minuit était l'information. Deux magazines d'information ont constitué la majeure partie de cette offre : *Complément d'enquête* (près de 35 heures, soit 46,5% de l'offre) et *Mots croisés* (près de 34 heures, soit 45%).

Le reste de l'offre de la chaîne était principalement composé de fictions audiovisuelles et de divertissements dont le début de la diffusion avait pour la plupart débuté en première partie de soirée.

France 3



France 3 / Avant-premières parties de soirée

En avant-première partie de soirée, l'offre de France 3 s'est concentrée en 2013 sur deux genres de programmes : « l'information » (38,4% de l'offre) et les « divertissements, musique, spectacles » (26,9%).

L'offre d'information de la chaîne était bien évidemment portée par la diffusion du journal télévisé de la chaîne, le *19/20*, comprenant le journal national (150 heures et 38 minutes) et les journaux régionaux (171 heures et 17 minutes).

Les jeux télévisés ont représenté 244 heures et 54 minutes, soit la quasi-totalité de l'offre de divertissements (plus de 99%), représentant 26,8% de l'offre globale de la chaîne. Il s'agit de jeux ayant vocation à évaluer les connaissances comme *Questions pour un champion* (184 heures), *Questions pour un super champion* (40 heures) et *Slam* (21 heures).

Le sport composait la troisième offre de la chaîne. La diffusion du magazine sportif *Tout le sport* constituait la quasi-totalité de l'offre sportive de France 3, 65 heures sur 76 heures au total. Les retransmissions sportives ont constitué le reliquat.

Enfin, le feuilleton quotidien à succès *Plus belle la vie* et la série *Zorro*, diffusée le dimanche soir, ont représenté la totalité de l'offre de fiction de la chaîne, soit 67 heures et 57 minutes.

France 3 / Premières parties de soirée

Entre 20h30 et 22h30, la fiction audiovisuelle a constitué la première offre de France 3 à hauteur de 44,4% pour un volume horaire total de 323 heures et 37 minutes. Les fictions françaises ont représenté 68,2% de cette offre, composée de fictions unitaires ou de séries : *Le Clan des Larzac*, *Le Commissaire Magellan*, *Une famille d'accueil*, *Louis la brocante* et *Un village Français*. Les fictions étrangères quant à elles ont représenté 102 heures et 24 minutes, 37,8% de l'offre fictionnelle (*Commissaire Brunetti*, *Commissaire Montalbano*, *Les Enquêtes de Murdoch*).

Le genre « Documentaire et magazine » a constitué la deuxième offre proposée par la chaîne en première partie de soirée. Les documentaires et les magazines ont respectivement représenté 11,2% et 20,5% de l'offre globale de France 3. Parmi les documentaires diffusés, on peut relever les unitaires suivants : *Combat contre l'obésité* ; *La Police des affaires familiales* ; *Printemps arabes, la confiscation* ; *La droite a-t-elle tué Nicolas Sarkozy ?* ; ainsi que les séries documentaires telles que *Les Carnets de Julie* ; *Le Grand Tour* ou *Signé Mireille Dumas*.

L'offre magazine de la chaîne s'est notamment scellée autour de quatre programmes : *Des racines et des ailes* (51 heures) ; *Faut pas rêver* (24 heures) ; *Le Monde d'après* (9 heures) et enfin *Thalassa* (58 heures).

La diffusion d'œuvres cinématographiques a enfin formé la troisième offre de la chaîne. France 3 a proposé tout au long de l'année une case consacrée au cinéma les jeudis soir. L'offre de la chaîne est notamment axée sur le cinéma patrimonial et populaire : *Au cœur du mensonge* de Claude Chabrol ; *La Dilettante* de Pascal Thomas ; *Faubourg 36* de Christophe Barratier ; *Des hommes et des dieux* de Xavier Beauvois ; *Michou d'Auber* de Thomas Gilou ; *Séraphine* de Martin Provost *Tanguy d'Etienne* Chatiliez, *L'aile ou la cuisse* de Claude Zidi, *Chouchou* de Merzack Allouache ou encore *Terminator 3* de Jonathan Mostaw.

France 3 / Deuxièmes parties de soirée

En deuxième partie de soirée, France 3 se différencie de ses consœurs en proposant une offre d'information importante puisque celle-ci a représenté 35,1% de l'offre globale de la chaîne entre 22h30 et minuit.

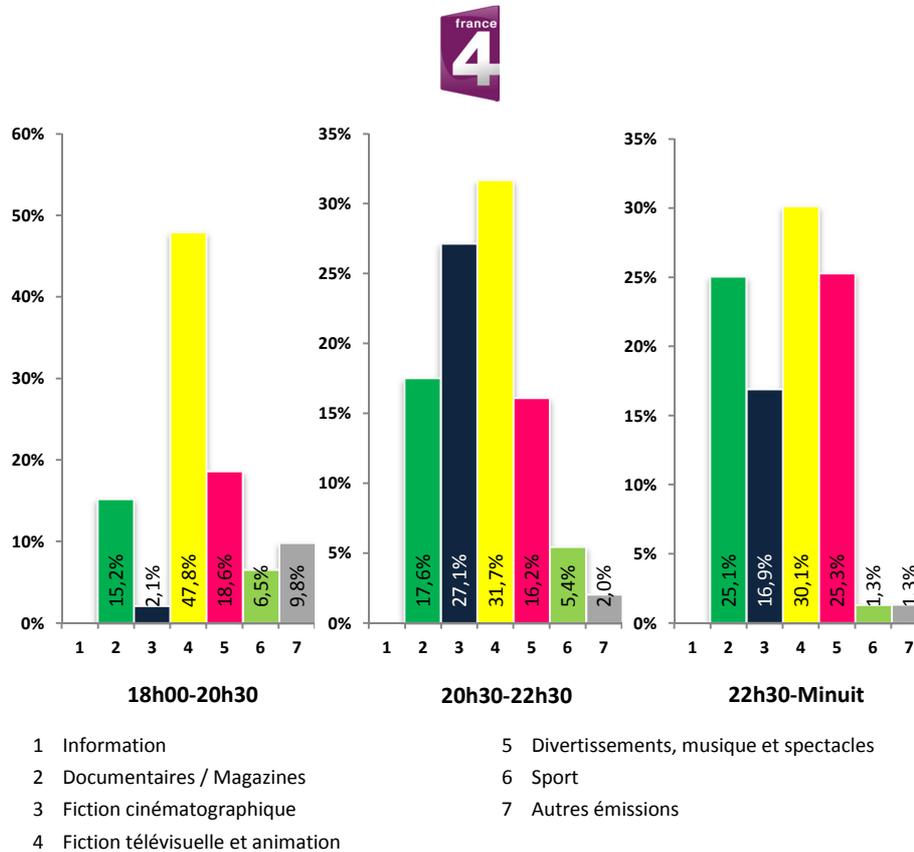
L'année 2013 a notamment été marquée par la mise à l'antenne du *Grand Soir 3*, nouvelle formule de l'ancienne session d'information de la troisième chaîne, le Soir 3. Diffusé sur l'antenne de France 3 depuis le 25 mars 2013, le *Grand Soir 3*, présenté par Louis Laforge et Patricia Loison, se compose de trois parties d'une durée d'environ 20 minutes chacune. Tout d'abord, les actualités internationales et nationales sont présentées par Patricia Loison. Louis Laforge anime par la suite un débat ayant un lien avec cette actualité et une rubrique culturelle clôt l'émission.

Au sein du *Grand Soir 3*, les informations nationales ont représenté un volume horaire de 113 heures et 8 heures de diffusion pour les informations régionales, diffusées en toutes images.

Le reste de l'offre est essentiellement porté par la fiction audiovisuelle dont la plupart des diffusions a débuté en première partie de soirée. L'offre « Documentaires et magazines » demeure une valeur importante malgré les modifications apportées aux cases documentaires à la suite de la mise à

l'antenne du *Grand Soir 3*. Celle-ci a représenté 20,4% de l'offre globale de la chaîne dont 13,8% de documentaires avec des cases bien identifiées comme *Doc interdits* ou *La Case de l'oncle doc*.

France 4



France 4 / Avant-premières parties de soirée

France 4, en avant-première partie de soirée, est la chaîne du groupe qui propose le plus de fictions audiovisuelles. Celles-ci ont représenté un volume horaire total de plus de 435 heures. Cette offre est toutefois marquée par un fort volume de rediffusions telles que *FBI*, *Portés disparus* (16,9% de l'offre de fiction) ; *Lois et Clark, les nouvelles aventures de Superman* (22,3% de l'offre), *Plus belle la vie* (7,3%). La série britannique, *Docteur Who*, a, à elle seule représenté un volume horaire de plus de 152 heures, soit 35% de la fiction audiovisuelle diffusée entre 18h00 et 20h30.

En avant-premières parties de soirée, l'offre de « divertissements, musique et spectacles » a été le deuxième genre le plus présent sur l'antenne de France 4, près de 170 heures en 2013. Au sein de cette offre, on peut relever la diffusion de l'émission de plateau *Faut pas rater ça*, déprogrammée en février 2013 et des programmes de type bêtisier *Bêtes mais drôles* ; *Ces animaux qui nous font rire* par exemple.

Au sein de cette même offre, la chaîne a proposé de nombreuses rediffusions de captations de spectacles vivants, essentiellement humoristiques : *Anne a 20 ans* ; *Les Chevaliers du fiel*, *Dany Boon*

au Bataclan ; Gad Elmaleh, l'autre c'est moi ; Muriel Robin, au secours !; Shirley et Dino. L'ensemble des spectacles a représenté une durée totale de plus de 69 heures, soit 41% de l'offre de divertissements.

Les documentaires et les magazines ont représenté un volume horaire respectif de 103 heures et 17 minutes et 35 heures et 10 minutes. Parmi les documentaires qui ont été diffusés : *Chasseurs de narcotraficants ; Derrière l'uniforme des soldats du feu ; Douaniers, au cœur de tous les trafics ; Violences urbaines, chronique du 9.3.* La part des magazines diffusés au sein de cette tranche horaire était notamment portée par la programmation du magazine musical, *Monte le son !.*

France 4 / Premières parties de soirée

En premières parties de soirée, la fiction est restée la première proposition de la chaîne (231 heures). La part de la fiction audiovisuelle d'expression française était seulement de 29,2% pour un volume horaire de 67 heures et 28 minutes. Les fictions étrangères et européennes étaient donc prédominantes dans cette tranche horaire, 163 heures et 33 minutes.

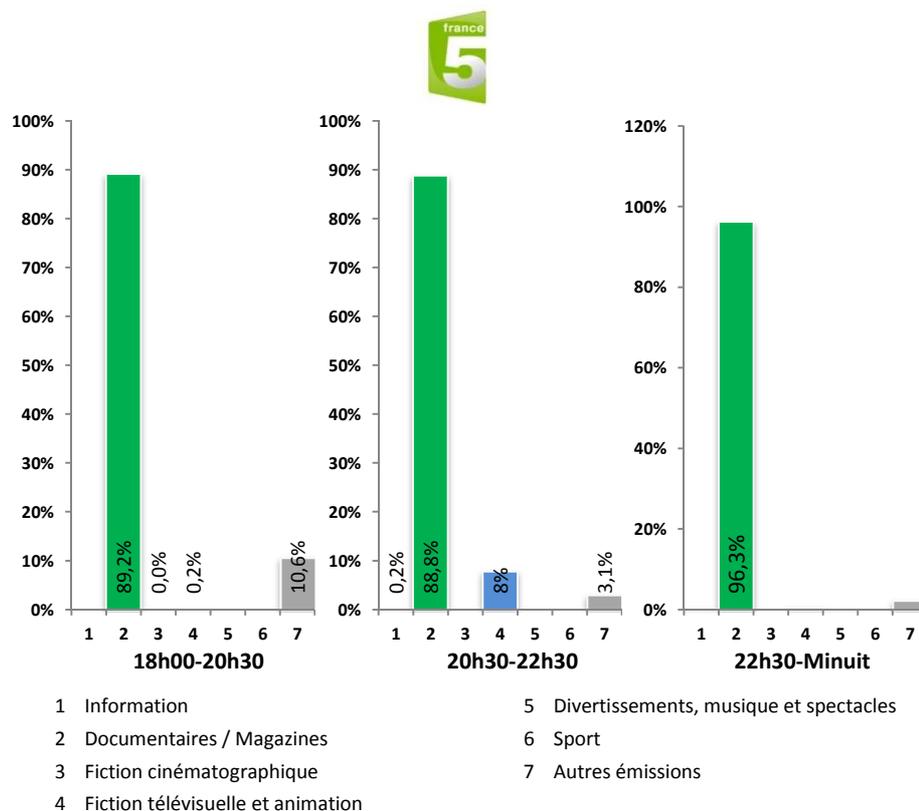
Compte-tenu du régime applicable à la chaîne en matière de diffusion d'œuvres cinématographiques, l'offre de France 4 était importante. Sur l'ensemble de l'année 2013 entre 20h30 et 22h30, plus de 27% de son offre était consacrée à la diffusion de films de long métrage divers et variés : *L'Auberge espagnole* de Cédric Klapisch ; *E.T l'extraterrestre* de Steven Spielberg ; *Danny the dog* de Louis Leterrier ; *Juno* de Jason Reitman, *La Cité de la peur* réalisé par Les Nuls ; la trilogie du *Seigneur des anneaux* réalisée par Peter Jackson ; *La vie est un long fleuve tranquille* d'Etienne Chatiliez.

L'offre « documentaires et magazines » de la chaîne s'est étoffée en 2013 avec la mise à l'antenne de deux programmes, ayant pour vocation la création d'une empreinte France 4, à savoir *OFF, Secret et Coulisses* et *On n'est pas que des pigeons* respectivement présentés par Alexandra Alévèque et Claire Barascq.

France 4 / Deuxièmes parties de soirée

En seconde partie de soirée, l'offre de France 4 s'est recentrée sur son offre documentaire (97 heures, soit 17,9% de l'offre globale) et sur ses spectacles vivants le plus souvent humoristiques (91 heures, soit 16,6% de l'offre globale). Parmi les documentaires unitaires diffusés dans cette tranche horaire, on peut mettre en avant : *Célibataires, des vacances pour rencontrer l'âme sœur ; Ma vie sera positive ; Les Ecoles d'élites ; Hannibal, le pire ennemi de Rome ; Histoire de l'Amérique ; Homo et alors.* Les spectacles : *L'assassin est dans la salle ; Lamine Lezghad, impeccable ; Manu Payet au Bataclan ; Sophia Aram, du plomb dans la tête* ou encore *La presse est unanime.*

France 5



France 5

Sur l'ensemble des tranches étudiées, l'offre de France 5 est largement dominée par les documentaires et magazines. La répartition est la suivante :

18h00-20h30 : Documentaires : 12,9% de l'offre globale ;
Magazines : 79,9% de l'offre globale.

20h30-22h30 : Documentaires : 42,6% de l'offre globale (dont 79,2% de création française) ;
Magazines : 46,1% de l'offre globale ;
Fiction audiovisuelle : 7,9% de l'offre globale.

La fiction audiovisuelle de France 5 est essentiellement constituée de rediffusions telles que *Chez Maupassant* (11 heures et 46 minutes) ; *Un village français* (9 heures et 57 minutes) ; *Le Bal des célibataires* et *Chat Bleu, chat noir* (6 heures et 56 minutes).

22h30-Minuit : Documentaires : 22,3% de l'offre globale ;
Magazines : 73,6% de l'offre globale.

▪ L'audience

L'année 2013 a également été marquée par le déploiement de six nouvelles chaînes HD qui a renforcé le contexte concurrentiel des chaînes hertziennes gratuites. Le groupe France Télévisions a accusé une baisse de sa part d'audience moyenne passant de 30,2% (Pda 4+) à 28,6%, soit un recul de 1,6 point. Le groupe public a ainsi cédé sa place symbolique de premier groupe audiovisuel français au profit du groupe TF1 (TF1, TMC, NT1, HD1) qui a enregistré une part d'audience moyenne de 28,9%.

Durée d'écoute par individu Des chaînes nationales en métropole

(moyenne quotidienne, individus de 4 ans et plus équipés de téléviseurs, France métropolitaine, années Médiamat)

	2010	2011	2012	2013
	33 min 40	32 min 35	33 min 20	30 min 28
	22 min 24	21 min 15	21 min 39	20 min 53
	3 min 21	4 min 19	4 min 42	3 min 53
	6 min 40	7 min 16	7 min 54	7 min 14

Source : Médiamétrie, Médiamat - MMW

Dans un contexte de la baisse de la durée moyenne d'écoute, l'ensemble des chaînes publiques a connu une baisse de leurs parts d'audience respectives

Evolution de l'audience moyenne et de la part d'audience

(individus de 4 ans et plus équipés de téléviseurs, France métropolitaine, années Médiamat)

	Audience moyenne		Part d'audience	
	2013	2012	2013	2012
Ensemble de la population (4 ans et +)	2,1%	2,3%	14,0%	14,9%
4-10 ans	0,4%	0,5%	4,5%	5,1%
15-34 ans	0,8%	1,0%	7,6%	9,1%
+50 ans	1,2%	4,0%	18,8%	19,9%

Source : Médiamétrie, Médiamat

Evolution de l'audience moyenne et de la part d'audience

(individus de 4 ans et plus équipés de téléviseurs, France métropolitaine, années Médiamat)

	Audience moyenne		Part d'audience	
	2013	2012	2013	2012
 Ensemble de la population (4 ans et +)	1,5%	1,5%	9,5%	9,7%
4-10 ans	0,6%	0,6%	6,5%	6,4%
15-34 ans	0,4%	0,5%	4,7%	4,8%
+50 ans	2,8%	2,8%	13,7%	13,7%

Source : Médiamétrie, Médiamat

Evolution de l'audience moyenne et de la part d'audience

(individus de 4 ans et plus équipés de téléviseurs, France métropolitaine, années Médiamat)

	Audience moyenne		Part d'audience	
	2013	2012	2013	2012
 Ensemble de la population (4 ans et +)	0,3%	0,3%	1,8%	2,1%
4-10 ans	0,1%	0,1%	1,6%	1,5%
15-34 ans	0,3%	0,3%	1,5%	3,0%
+50 ans	0,9%	0,3%	4,5%	1,7%

Source : Médiamétrie, Médiamat

Evolution de l'audience moyenne et de la part d'audience

(individus de 4 ans et plus équipés de téléviseurs, France métropolitaine, années Médiamat)

	Audience moyenne		Part d'audience	
	2013	2012	2013	2012
 Ensemble de la population (4 ans et +)	0,5%	0,5%	3,3%	3,5%
4-10 ans	0,2%	0,2%	2,6%	2,6%
15-34 ans	-	0,2%	-	1,9%
+50 ans	-	1%	-	4,8%

Source : Médiamétrie, Médiamat

■ La satisfaction du public

Avec le baromètre qualitatif (ou quali TV), France Télévisions réalise une enquête permanent d'évaluation de la qualité des programmes, piloté par l'institut de sondage Harris Interactive. Cet outil, lancé en janvier 2008, permet de mesurer la satisfaction des téléspectateurs à l'égard des programmes et d'évaluer les qualités qu'ils attribuent. Chaque jour, 1 800 à 2000 individus âgés de 15 ou plus évaluent les émissions en leur donnant une note sur 10.

Ci-dessous le palmarès qualitatif des programmes de France Télévisions : les 10 programmes ayant obtenu les notes les plus élevées en 2013.

		
Programmes	Genre	Note /10
Le plus beau pays du monde	Documentaire	8,9
Basket - Finale de l'Eurobasket - France/Lituanie	Sport	8,8
Rendez-vous en terre inconnue - François-Xavier Demaison	Documentaire	8,7
Le silence des églises	Fiction	8,7
Afrique sauvage	Documentaire	8,6
Les enfants du marais	Film	8,6
Elle s'appelait Sarah	Film	8,6
Invictus	Film	8,6
Castle - Jusqu'à la mort s'il le faut	Série	8,5
Secrets d'histoire - La Reine Amélie, une Française au Portugal	Magazine	8,5

Source : France Télévisions

		
Programmes	Genre	Note /10
Le vieux fusil	Film	8,8
Un village français - Le jour d'après	Série	8,8
Titanic	Film	8,7
Des racines et des ailes - En terre de Bourgogne	Magazine	8,7
Alias Caracalla, au cœur de la résistance	Fiction	8,6
Thalassa - Méditerranée, îles secrètes	Magazine	8,6
Le grand chemin	Film	8,5
Le grand tour - Inde, Amsterdam, Paris	Magazine	8,5
Famille d'accueil - le jour d'où je viens	Série	8,5
L'ombre d'un doute - Bordeaux, histoire de châteaux	Magazine	8,5

Source : France Télévisions



Programmes	Genre	Note /10
Le septième juré	Fiction	8,8
Bali, île mythique de l'Asie	Documentaire	8,6
Au cœur du cosmos	Documentaire	8,6
Un village français	Fiction	8,6
Le magazine de la santé - Les 15 ans	Magazine	8,5
Monsieur Léon	Fiction	8,5
Enquête de santé - La vérité des urgences	Magazine	8,5
Chez Maupassant	Fiction	8,5
Nus et culottés	Documentaire	8,5
Silence, ça pousse	Magazine	8,5

Source : France Télévisions

C. Caractéristiques de la programmation régionale

▪ France 3

Article 3 (...) La programmation de France 3 assure une information nationale, régionale et locale. Elle s'attache à développer en particulier une information de proximité et rend compte des événements régionaux et locaux. Un bulletin d'information sur l'outre-mer est programmé en semaine sur l'antenne de France 3, à une heure d'écoute appropriée. Un bulletin d'informations sur l'outre-mer est programmé en semaine sur l'antenne de France 3, à une heure d'écoute appropriée.

S'agissant de la contribution des antennes régionales à la programmation de France 3, on peut distinguer deux grandes catégories :

Les émissions régionales diffusées en décrochage régional

La diffusion régionale a représenté, en 2013, un volume de 17 941 heures (hors via Stella). Ce volume est en diminution de 9 % par rapport à 2012 (19 801 heures hors Via Stella) mais revient à un niveau un peu supérieur à celui de l'année 2011 (17 355 heures hors Via Stella).

(L'annexe 4 présente une répartition région par région des programmes régionaux).

Le volume de programmes régionaux se répartissait ainsi :

- 8 830 heures d'émissions d'information (éditions régionales et locales, magazines d'information) contre 8 913 heures en 2012.

Les informations régionales et locales étaient présentes quotidiennement dans la grille de France 3, trois fois par jour :

- dans la tranche horaire de 12 heures à 12 h 30 avec un journal régional ;
 - dans la tranche horaire du 19/20 : à 18h58, présentation des titres dans les 24 éditions régionales simultanées ; à 19h17, zoom sur l'actualité de proximité, nourrie par les 108 implantations rédactionnelles de France 3 ;
 - une dernière édition régionale, d'une durée de cinq minutes, intervient à la fin du *Soir 3* qui a été remplacé par le *Grand Soir 3* au mois de septembre 2013.
- Émissions régionales hors information : 9 111 heures de programmes en 2013 (10 888 heures en 2012).

Les tranches horaires réservées aux décrochages régionaux sont :

- *De 9h à 11h : Des histoires et des vies* (lundi, mardi, jeudi et vendredi) : Chacune des 24 antennes de France 3 dispose de deux heures pour une programmation de proximité. Un documentaire suivi de magazines ou de divertissements produits en proximité ;
- Samedi matin : *La voix est libre* émission de débat pour revenir sur l'actualité et les grands dossiers de la région avec les élus et les personnalités de la société civile ;

- Samedi après-midi : *Samedi avec vous*, magazine de proximité décliné régionalement. Cette émission prend une appellation différente selon les régions. Cf. « *Code Delta* » dans le Nord-est, le Sud-ouest et la Corse ;
- Dimanche matin : *Dimanche avec vous* : magazine de proximité décliné régionalement le dimanche de 11h30 à 12h50.

Le vendredi en deuxième partie de soirée, dans le cadre d'une programmation mensuelle : *Enquête de régions*, documentaires produits régionalement, suivi de *Doc 24*, une émission diffusée le vendredi soir.

Les antennes régionales de France 3 ont poursuivi leur travail de refonte des éditions du week-end. Les « opérations spéciales » avec prise d'antenne ont été encouragées dès qu'une actualité particulière le justifiait.

La programmation régionale a fait l'objet de prises d'antennes exceptionnelles (421) visant à promouvoir des initiatives régionales et locales dans les domaines sportifs, culturels ou d'information. Ces cases régionales ou locales ont représenté un volume horaire de 566 heures et les PAE (prises d'antennes événementielles) ont quant à elles représentées 517 heures de programmes.

Depuis leur rénovation en 2012, les sites web régionaux de France 3, avec des pages dédiées aux contenus enrichis, ont connu une progression de leur audience avec par exemple, la couverture sur Internet de grands événements attirant un public important : *Enduropale* du Touquet, *Armada* de Rouen ou encore *la Marseillaise de la Pétanque*.

Les émissions produites en région diffusées sur l'antenne nationale

La contribution des antennes régionales à l'antenne nationale s'est poursuivie avec la diffusion régulière de magazines comme *Côté Jardin*.

Des documentaires thématiques proposés par les régions et produits avec le concours du programme national, comme *La Case de l'oncle doc*, *Des histoires et des vies*, *Enquête de régions*, ont été diffusés sur l'antenne nationale.

Enfin, l'ensemble de l'offre d'information et de programmes des antennes régionales est désormais disponible sur la plateforme de rattrapage Pluzz.

■ Via Stella

Article 3

4 Bis Via Stella : chaîne régionale ayant pour vocation de diffuser, par voie hertzienne terrestre en Corse ainsi que par des réseaux de communications électroniques n'utilisant pas de fréquences assignées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel, des programmes, dont une proportion significative est diffusée en langue corse, consacrés à la Corse, son actualité, son patrimoine, sa culture et ses traditions, avec une ouverture sur d'autres régions, et notamment les régions voisines de la Méditerranée.

Dans le respect de son indépendance éditoriale, ce service peut être financé par la collectivité territoriale de Corse, dans le cadre de conventions signées avec l'Etat »

En 2013, le volume de programmation régionale a sensiblement augmenté par rapport à 2012, avec plus de 739 heures supplémentaires, soit deux heures de programmes par jour.

La chaîne est accessible à l'ensemble des foyers corses, en TNT depuis le 6 janvier 2012, et sur l'ensemble des réseaux de distribution du câble, de l'ADSL et du satellite sur le territoire métropolitain.

L'offre d'information régionale et locale de France 3 via Stella est un de piliers de la programmation de l'antenne. Celle-ci est structurée autour de neuf rendez-vous quotidiens en semaine, et cinq le week-end. Les principales sessions d'actualité sont : *Corsica Prima* et *Corsica Sera*.

Des magazines thématiques sur le sport (*Sport in Corsica, Foot e Basta*), la santé (*Medicales*), la nature (*Fora di strada*), la culture (*Via cultura, Sera Inseme, U caffè*), l'économie (*Mode d'emploi, Made in Corsica*) et la politique (*Cuntrastu, Cunfronti*) viennent compléter le dispositif d'information.

L'offre documentaire constitue le second pilier de la programmation de France 3 via Stella. La chaîne a ainsi installé sept cases documentaires portant sur la Corse, la nature et l'environnement, l'Histoire de la Méditerranée, la société méditerranéenne, les problématiques contemporaines, les découvertes du monde et les cultures Méditerranéennes.

Enfin, la chaîne a proposé en 2013, 1 131 heures de programmes en langue corse ou en bilinguisme français-corse. Jusqu'à quatre émissions d'information sont diffusées en langue corse.

■ Réseau Outremer 1^{ère}

Article 3 Réseau France outre-mer désigne un ensemble de services de télévision et de radio, diffusés en outre-mer et sur le territoire métropolitain.

Réseau France outre-mer assure également la continuité territoriale des programmes des services de télévision et de radio édités par les sociétés nationales de programme ou leurs filiales répondant à des missions de service public, de la métropole vers l'outre-mer et de l'outre-mer vers la métropole.

Les « Télé Pays » et « Radio Pays » sont des services régionaux généralistes qui privilégient la proximité dans leur offre de programmes. Ils font appel à tous les genres dans une ligne éditoriale proche des cultures et environnements des territoires ultramarins français et contribuent à l'expression des langues régionales.

[...] À travers la programmation de Réseau France outre-mer, France Télévisions diffuse quotidiennement sur les services destinés aux populations d'outre-mer des journaux d'information concernant l'actualité locale, régionale, nationale et internationale. Elle programme des émissions traitant de la vie des populations d'outre-mer à travers leur culture, leur histoire, leurs traditions et leurs caractéristiques économiques et sociales. Les sujets et émissions produits pour être diffusés sur ces services peuvent être diffusés sur les autres services qu'elle édite.

La société veille à ce que les autres services de télévision qu'elle édite intègrent des programmes de Réseau France outre-mer à des heures d'écoute favorables et rendent compte de la vie économique, sociale et culturelle en outre-mer. Dans le même but, elle peut conclure avec la société Radio France une convention.

Depuis 2010, les chaînes du réseau Outremer 1^{ère} sont devenues des chaînes de plein exercice, généralistes, de service public et de proximité. L'offre de programmes de ces chaînes s'est articulée de quatre grandes catégories de programmes : l'information régionale, la production locale (magazines, divertissements notamment), le sport et la fiction audiovisuelle.

Les chaînes du réseau Outremer 1^{ère} produisent annuellement près de 12 000 heures d'information et proposent chaque jour, un journal local et régional programmé en début de soirée. Selon les déclarations du groupe France Télévisions, les rendez-vous d'information réalisent les meilleurs taux d'audience des programmes diffusés sur les territoires et départements d'outre-mer (journaux télévisés et émissions de débat et/ou de reportage).

La production locale s'illustre notamment par la mise à l'antenne de programmes thématiques portant sur la culture, le patrimoine, la musique ou encore l'environnement. Outre ces émissions de production locale, les chaînes du réseau Outremer 1^{ère} diffusent des émissions dites de réseau : *Archipels* (case consacrée aux documentaires), *Couleurs outremer* (magazine de découverte des outremer), *Star et novelas* (magazine sur les téléromans) et enfin *Dieu m'est témoin* (magazine consacré à la foi chrétienne en outre-mer).

L'offre sportive s'articule autour de retransmissions locales, de la diffusion d'un magazine hebdomadaire produit par chaque antenne et par la retransmission de l'offre « sport » de France Télévisions, selon la pertinence des compétitions et des décalages horaires.

Enfin, pour alimenter leur offre de fiction audiovisuelle, les chaînes du réseau Outremer 1^{ère} s'approvisionnent sur les marchés de programmes nationaux et internationaux par le biais d'une centrale d'achat. Selon les déclarations du groupe, les chaînes ont ainsi proposé : *Les Cordier*, *Une Femme d'honneur*, *Les Experts*, *Homeland* ou encore *Damages* par exemple.

D. Contribution à l'expression des langues régionales

Article 40 France Télévisions veille à ce que, parmi les services qu'elle édite, ceux qui proposent des programmes régionaux et locaux contribuent à l'expression des principales langues régionales parlées sur le territoire métropolitain et en outre-mer.

▪ Les langues régionales sur France 3

En 2013, France 3 a contribué à l'expression des principales langues régionales parlées sur le territoire métropolitain en diffusant un volume total de 378 heures 32 minutes d'émissions sur les 8 antennes régionales concernées (Alsace, Aquitaine, Bretagne, Corse, Côte d'Azur, Languedoc-Roussillon, Midi-Pyrénées, Provence-Alpes), auquel s'ajoutent 582 heures 23 minutes en langue corse sur France 3 Corse Via Stella, soit un total de 960 heures et 56 minutes, d'où une augmentation totale de 8,6% par rapport à 2012.

Langue alsacienne (France 3 Alsace)

112 heures 29 minutes d'émissions en alsacien ont été proposées : *Rund Um, Gsun Theim, Babbel platz ; A' Gueter*, soit un volume de -2,4% par rapport à 2012.

Langue basque (France 3 Aquitaine)

8 heures 20 minutes d'émissions en langue basque ont été proposées, soit un volume de +245 % par rapport à l'année précédente (2h 25 minutes en 2012) : *Le magazine du pays basque* dont certains numéros en langue basque ; *Txirrita*, en alternance avec 2 magazines en langue occitane *Viure al pais*. *Euskall Herri* propose des sujets en langue basque.

Langue bretonne (France 3 Bretagne)

69 heures 08 minutes de programmes en langue bretonne ont été diffusées, dont *Mouchig Dall, Bali Breizh, Tomm tomm tomm, An taol lagad*, soit un volume de +1,4% par rapport à 2012.

Langue catalane (France 3 Midi Pyrénées et France 3 Languedoc Roussillon)

Un total de 19 heures 06 minutes d'émissions en langue catalane a été proposé, notamment avec le magazine *Viure al País*, soit un volume de +10,8 % par rapport à 2012.

Langue corse

Des émissions en langue corse sont programmées sur les antennes de France 3 Corse et de Via Stella : France 3 Corse compte 62 heures 28 minutes de programmes en langue corse, soit un volume de -12,6 % par rapport à 2012 : *Par un dettu, 12/13 Corsica prima*, des documentaires de la case *Doc 24*. En outre, 34 heures 23 minutes de programmes ont été proposés en bilingue français-corse.

Sur Via Stella, 582 heures 23 minutes de programmes ont été diffusées en langue corse, dont 98 heures 07 minutes sous-titrées en français, ainsi que 539 heures 35 minutes de programmes bilingues français-corse, soit un volume de + 15 % par rapport à 2012.

Langue occitane (France 3 Aquitaine, France 3 Midi-Pyrénées et France 3 Languedoc- Roussillon)

48 heures 13 minutes d'émissions en langue occitane ont été programmées : le magazine *Viure al pais*, en Aquitaine, Midi-Pyrénées, Languedoc-Roussillon, soit un volume de +9,4% par rapport à 2012.

Langue provençale (France 3 Provence-Alpes et France 3 Côte d'Azur)

Ce sont 58 heures 45 minutes d'émissions en langue provençale qui ont été diffusées, avec *Vaqui infos*, *Vaqui le magazine*, soit un volume de – 4,5 % par rapport à 2012.

▪ Les langues régionales sur le réseau ultramarin de France Télévisions

Des programmes en langues régionales ultramarines ont été diffusés en 2013 à la fois sur les chaînes de télévision et les radios Outremer 1^{ère} (excepté sur Saint-Pierre et Miquelon où n'existe pas de langue régionale).

Télévisions

7 des 9 services de télévision ultramarins de France Télévisions ont proposé des programmes, généralement d'information, en langue régionale : Réunion 1^{ère}, Martinique 1^{ère}, Guadeloupe 1^{ère}, et Guyane 1^{ère} ont diffusé des journaux traduits en créole, et des émissions où le créole et le français sont alternativement utilisés, notamment dans les émissions de proximité.

Mayotte 1^{ère}, Polynésie 1^{ère} et Wallis et Futuna 1^{ère} ont pratiqué une politique de bilinguisme pour tous leurs journaux d'information, ainsi que pour la météo, et pour certaines campagnes d'information et d'intérêt général.

Radios

Comme pour la télévision, les langues régionales font partie intégrante des programmations des stations de radio du réseau Outre-mer 1^{ère}, en particulier dans les productions locales et l'information.

À La Réunion, en Martinique et en Guadeloupe, le créole est présent au quotidien dans les programmes et les sessions d'information. Les animateurs passent du français au créole, au gré des sollicitations des auditeurs.

Sur Guyane 1^{ère}, le créole guyanais est omniprésent.

▫ **Sur La Réunion 1^{ère}**

À la Réunion, les émissions spécifiquement diffusées en créole sont : *La Boutique créole : koud'kony*, *Le Faux Journal*, *Claudio dans la case*, *Lé pas croyab mé lé vré* ; *Dan' fon jardin*.

▫ **Sur Mayotte 1^{ère}**

Le multilinguisme est une constante: le français, langue officielle, y côtoie le shimahorais (mahorais), le shibushi (malgache), les langues des îles voisines de la République des Comores (anjouanais, mohélien et comorien) et dans une moindre mesure l'arabe.

L'antenne de Mayotte 1^{ère} la radio est bilingue ; le français et le shimahorais se partagent pour moitié l'antenne. On compte 30% de musique locale ou régionale. Une émission d'une heure est consacrée chaque semaine à la langue malgache et une rubrique quotidienne, *Msingui*, présente les particularités des langues pratiquées. Les principales émissions en mahorais sont : *M'parano*, *Midi Bizness*, *Le Grand Village*, *Faites du bruit*, *Cocoïco* , *La vie des villages*, *Fampilazeri*, *La Cour des grands*.

▫ **Sur Nouvelle Calédonie 1^{ère}**

La radio Nouvelle Calédonie 1^{ère} s'ouvre à la diversité des langues parlées sur ce territoire, en partenariat avec l'Académie des langues kanak (ALK) et propose deux chroniques : *Hwan Pala* et *Terre de parole*. L'émission *À qui le tour a*, à plusieurs reprises, été consacrée aux langues locales.

▫ **Sur Martinique 1^{ère}**

Le créole est présent au quotidien dans les programmes et dans les sessions d'information. Les animateurs s'expriment alternativement en créole et en français. Parmi les programmes en créole, signalons : *Coup de coeur*, *coup de gueule*.

▫ **Sur Guadeloupe 1^{ère}**

La langue créole guadeloupéenne est parlée sur l'antenne de Guadeloupe 1^{ère} par les animateurs et journalistes. Les émissions faisant le plus usage du créole sont : *Maké Kréyol*, *Déshabillez-vous ! Pawol an ba mawché*, *Asi trass a Kazo*.

La journée internationale du Créole est célébrée le 28 octobre sur l'antenne en établissant des liens avec les autres régions où se parle le créole.

▫ **Sur Wallis et Futuna 1^{ère}**

Plusieurs émissions locales sont diffusées en langues vernaculaires. Citons, en langue wallisienne, *Lea Mai*, *Info Monde*.

La radio Wallis et Futuna 1^{ère} propose des éditions quotidiennes d'information en français et en wallisien, comme le magazine *Felavei*. Les événements culturels et religieux en direct sont retransmis exclusivement en langues wallisienne et futunienne.

▫ **Sur Polynésie 1^{ère}**

La langue tahitienne occupe une large place de l'antenne radio de Polynésie 1^{ère}. Parmi les émissions emblématiques, citons *Fare vana'a*.

La radio Polynésie 1^{ère} promeut également la langue tahitienne avec la diffusion en direct des soirées de chants et danses des « fêtes de juillet », du concours de Orero (art déclamatoire traditionnel) ou les concerts de « La fête de la musique » et de « Musique en Polynésie ».

TABLEAU DES ENGAGEMENTS QUANTITATIFS 2013

DIFFUSION

DIFFUSION	Seuil	France 2		France 3		France 4		France 5		France Ô		France Télévisions		Outremer 1ère	
		Réalisation	%	Réalisation	%	Réalisation	%								
● Œuvres audiovisuelles		2763h00		4113h32		6869h36		5954h39		5450h09		25150h56		55357h52	
<i>Ensemble de la diffusion</i>															
Europe	60 %	2344h21	84,8 %	3543h34	86,1 %	4414h16	64,3 %	5171h17	86,8 %	3344h06	61,4 %	18817h34	74,8 %	35730h32	64,5 %
EOF	40 %	2169h05	78,5 %	2953h57	71,8 %	3153h16	45,9 %	3767h05	63,3 %	3069h06	56,3 %	15112h29	60,1 %	30114h11	54,4 %
<i>Heures de grande écoute (14h/23h le mercredi et 18h/23h les autres jours)</i>		576h35		765h11		1277h04		876h14		1522h10		5017h14		11694h30	
Europe	60 %	466h35	80,9 %	689h16	90,1 %	830h21	65,0 %	823h55	94,0 %	915h20	60,1 %	3725h27	74,3 %	7513h34	64,2 %
EOF	40 %	440h51	76,5 %	604h18	79,0 %	533h39	41,8 %	677h20	77,3 %	813h01	53,4 %	3069h09	61,2 %	6354h11	54,3 %
● Quota supplémentaire		742h29		952h36		1614h46		1248h49		1790h54		6349h34		-	
<i>Heures de grande écoute et</i>															
Europe	70 %	616h20	83,0 %	875h15	91,9 %	955h56	59,2 %	1159h48	92,9 %	1163h10	64,9 %	4770h29	75,1 %	-	-
EOF	50 %	583h45	78,6 %	776h50	81,5 %	588h39	36,5 %	874h07	70,0 %	1038h53	58,0 %	3862h14	60,8 %	-	-
● Œuvres cinématographiques															
<i>Ensemble de la diffusion</i>															
Nombre maximal de diffusions	192	150		192		191		4		104		641		841	
Europe	60 %	104	69,3 %	128	66,7 %	117	61,3 %	4	100 %	62	59,6 %	415	64,7 %	615	73,1 %
EOF	40 %	81	54,0 %	103	53,6 %	91	47,6 %	2	50 %	41	39,4 %	318	49,6 %	498	59,2 %
<i>Heures de grande écoute (20h30/22h30)</i>															
Nombre maximal de diffusions	144	57		66		139		-		63		325		488	
Europe	60 %	37	64,9 %	41	62,1 %	85	61,2 %	-		40	63,5 %	203	62,5 %	359	73,6 %
EOF	40 %	30	52,6 %	37	56,1 %	64	46,0 %	-		27	42,9 %	158	48,6 %	298	61,1 %

Source : CSA – Direction des programmes

DIFFUSION	Seuil	France 2		France 3		France 4		France 5		France Ô		France Télévisions		Outremer 1 ^{ère}	
		Réalisation	%	Réalisation	%	Réalisation	%	Réalisation	%	Réalisation	%	Réalisation	%	Réalisation	%
Œuvres d'art et d'essai supplémentaires diffusées	-														
hors la tranche 20h30/22h30															
Nombre maximal de diffusions	52			6		39						45		-	
Europe	60 %			5	83,3 %	28	71,8 %					33	73,3 %	-	-
EOF	40 %			4	66,6 %	17	43,6 %					21	46,7%	-	-
Œuvres dont la diffusion débute entre 20h30 et 21h le mercredi															
Nombre de diffusions						52						52		-	
Europe	85 %					49	94,2 %					49	94,2 %	-	-
EOF	85 %					37	71,2 %					37	71,2 %	-	-
● Diffusion de spectacles vivants (lyriques, chorégraphiques et dramatiques) - en nb de points ou spectacles	100 pts	62	Points	69	Points	74	Points	-		85	Points	290	Points		
		50	Spect.	64	Spect.	43	Spect.	-	-	72	Spect.	229	Spect.		
● Émissions à caractère musical	-	304h35		546h46		423h06		46h47		745h34		2066h48			
● Concerts de musique classique interprétés par des orchestres EUR ou FR	-	26h08		56h22								82h30			

Source : CSA – Direction des programmes

E. Les quotas de diffusion

▪ Quotas de diffusion des œuvres cinématographiques sur les chaînes du groupe France Télévisions en 2013

En 2013, chaque service du groupe France Télévisions a respecté très largement ses quotas de diffusion d'œuvres cinématographiques tant sur l'ensemble de la diffusion qu'aux heures de grande écoute.

Toutefois, sur l'ensemble de la diffusion France Ô a proposé 104 diffusions d'œuvres cinématographiques dont 62 œuvres européennes et 41 œuvres d'expression originale française, soit 59,6% et 39,40% au lieu des 60 et 40% requis. Il a donc manqué un seul film d'expression française pour que la chaîne parvienne à respecter les quotas de diffusion d'œuvres cinématographiques.

	2013				2012			
								
Ensemble de la diffusion	150	192	191	4	141	192	192	4
dont Europe	104 69,30%	128 66,70%	117 61,30%	4 100%	95 67,40%	120 62,50%	117 60,90%	4 100,00%
dont EOF	81 54,00%	103 53,60%	91 47,60%	2 50,00%	78 55,30%	101 52,60%	88 45,80%	3 75,00%
HGE (20h30-22h30)	57	66	139	-	49	56	139	1
dont Europe	37 64,90%	41 62,10%	85 61,20%	-	31 63,30%	35 62,50%	85 61,20%	1 100,00%
dont EOF	30 52,60%	37 56,10%	64 46,00%	-	26 53,10%	31 55,40%	68 48,90%	1 100,00%
Art et essai	-	6	39	-	-	32	44	-
dont Europe	-	5 83,30%	28 71,80%	-	-	22 68,80%	31 70,50%	-
dont EOF	-	4 66,60%	17 43,60%	-	-	19 59,40%	19 43,20%	-
Œuvres diffusées le mercredi entre 20h30 et 21	-	-	52	-	-	-	-	-
dont Europe	-	-	49 94,2%	-	-	-	-	-
dont EOF	-	-	37 71,20%	-	-	-	-	-

Source : CSA – Direction des programmes

	2013	2012
		
Ensemble de la diffusion	104	103
dont Europe	62 59,60%	64 62,10%
dont EOF	41 39,40%	45 43,70%
Heures de grande écoute*	63	51
dont Europe	40 63,50%	32 62,70%
dont EOF	27 42,60%	24 47,10%

Source : France Télévisions

	Total	Œuvres européennes	Œuvres EOF	Rappel 2012		
				Total	Œuvres européennes	Œuvres EOF
Guadeloupe 1^{ère}						
Ensemble de la Diffusion	90	67 74,44%	56 62,22%	91	59 64,80%	37 40,70%
HGE	59	41 69,49%	35 59,32%	59	39 66,10%	28 47,50%
Guyane 1^{ère}						
Ensemble de la diffusion	93	66 70,97%	55 59,14%	102	63 61,80%	44 43,10%
HGE	62	46 74,19%	38 61,29%	57	39 68,40%	27 47,40%
Martinique 1^{ère}						
Ensemble de la diffusion	97	72 74,23%	60 61,86%	105	72 68,60%	49 46,70%
HGE	51	39 76,47%	32 62,75%	57	41 71,90%	31 54,40%
Mayotte 1^{ère}						
Ensemble de la diffusion	78	56 71,79%	47 60,26%	63	39 61,90%	26 41,30%
HGE	49	35 71,43%	28 57,14%	25	18 72,00%	11 44,00%

Nouvelle Calédonie 1 ^{ère}						
Ensemble de la diffusion	95	68 71,58%	56 58,95%	79	55 69,60%	34 43,00%
HGE	62	46 74,19%	40 64,52%	66	45 68,20%	28 42,40%
Polynésie française 1 ^{ère}						
Ensemble de la diffusion	87	66 75,86%	54 62,07%	110	74 67,30%	53 48,20%
HGE	44	33 75,00%	29 65,91%	60	39 65,00%	26 43,30%
Réunion 1 ^{ère}						
Ensemble de la diffusion	115	87 75,65%	66 57,39%	145	104 71,70%	65 44,80%
HGE	50	37 74,00%	30 60,00%	55	35 63,60%	24 43,60%
Saint-Pierre et Miquelon 1 ^{ère}						
Ensemble de la diffusion	95	67 70,53%	50 52,63%	103	67 65,00%	47 45,60%
HGE	52	40 76,92%	31 59,62%	53	34 64,10%	26 49,10%
Wallis et Futuna 1 ^{ère}						
Ensemble de la diffusion	91	66 72,53%	54 59,34%	96	64 66,70%	44 45,80%
HGE	59	42 71,19%	35 59,32%	73	46 63,00%	30 41,10%

Source : France Télévisions

▪ **Quotas de diffusion des œuvres audiovisuelles sur les chaînes du groupe France Télévisions en 2013**

Article 9 III. (...) Sur chacun des services, le temps consacré aux œuvres audiovisuelles européennes ne pourra être inférieur à 60% et le temps de diffusion des œuvres audiovisuelles d'expression originale française ne pourra être inférieur à 40%. S'agissant des services destinés à l'outre-mer, ces proportions pourront être revues et adaptées à l'occasion de l'arrivée de la télévision numérique d'outre-mer.

En 2013, chaque service du groupe France Télévisions a respecté l'ensemble de ses quotas de diffusion d'œuvres audiovisuelles européennes ou d'expression originale française sur l'ensemble de la diffusion comme aux heures de grande écoute. Les taux sont très largement au-dessus des seuils réglementaires pour France 2, France 3 et France 5.

La liste des œuvres audiovisuelles diffusées par chaque service de France Télévisions figure en annexe 5.

	2013				2012			
								
Ensemble de la diffusion	2 763h00	4 113h32	6 869h36	5 954h39	2 565h30	4 055h23	7 038h49	6 041h41
dont Europe	2 344h21 84,80%	3 543h34 86,10%	4 414h16 64,30%	5 171h17 86,80%	2 162h33 84,30%	3 550h37 87,60%	4 410h29 62,70%	4 998h27 82,70%
dont EOF	2 169h05 78,50%	2 953h57 71,80%	3 153h16 45,90%	3 767h05 63,30%	2 014h56 78,50%	3 130h26 77,20%	3 746h21 53,20%	3 524h49 58,30%
Heures de grande écoute*	576h35	765h11	1 277h04	876h14	530h34	777h00	1 407h06	867h26
dont Europe	466h35 80,90%	689h16 90,10%	830h21 65,00%	823h55 94,00%	394h12 74,30%	717h56 92,40%	864h57 61,50%	813h46 93,80%
dont EOF	440h51 76,50%	604h18 79,00%	533h39 41,80%	677h20 77,30%	392h06 73,90%	630h38 81,20%	637h15 45,30%	652h04 75,20%

Source : CSA - Direction des programmes

	2013	2012
		
Ensemble de la diffusion	5 450h09	5 140h02
dont Europe	3 444h06 61,40%	3 251h55 63,30%
dont EOF	3 069h06 56,30%	3 153h34 61,40%
Heures de grande écoute*	1 522h10	1 118h19
dont Europe	915h20 60,10%	728h35 65,20%
dont EOF	813h01 53,40%	695h34 62,20%

Source : France Télévisions

▪ Quota supplémentaire de diffusion sur les chaînes nationales

Article 9 III. (...) Sur ses services nationaux, France Télévisions doit aller au-delà des obligations légales pour que 70% des œuvres audiovisuelles qu'elle diffuse soient d'origine européenne dont 50% d'œuvres audiovisuelles d'expression originale française. Cette obligation doit être respectée entre 18 heures et 23 heures, ainsi que le mercredi, le samedi et le dimanche entre 14 heures et 18 heures.

	Total	Européennes		EOF	
		Volume horaire	%	Volume horaire	%
	742h29	616h20	83,0 %	583h45	78,6 %
	952h36	875h15	91,9 %	776h50	81,5 %
	1 614h46	955h56	59,2 %	588h39	36,5 %
	1 248h49	1 159h48	92,9 %	874h07	70,0 %
	1 790h54	1 163h10	64,9 %	1 038h53	58,0 %
Total	6 349h34	4 770h29	75,1 %	3 862h14	60,8 %

Source : CSA – Direction des programmes

▪ **Œuvres européennes et EOF
dont la diffusion débute entre 20 heures et 21 heures**

Article 9 III. [...] Sur chacun de ces services France 2, France 3 et France 5, France Télévisions diffuse annuellement un volume minimum de 120 heures d'œuvres audiovisuelles européennes ou d'expression originale française n'ayant pas été précédemment diffusées sur ces services et dont la diffusion débute entre 20 heures et 21 heures. Pour France 5 toutefois, ce volume minimum est fixé à 80 heures en 2009 et 100 heures en 2010. Ce volume peut également comporter jusqu'à 20 % de rediffusions.

Le tableau ci-après, chaîne par chaîne, montre que chacun des services de France Télévisions a largement respecté cette obligation.

**DIFFUSION EN 2013 D'ŒUVRES EUROPEENNES ET EOF
DEBUTANT ENTRE 20 HEURES ET 21 HEURES
(en volume horaire)**

	France 2	France 3	France 5
Œuvres	386h10	482h06	181h48

Sources : France Télévisions / CSA - Direction des programmes

La liste des œuvres européennes et EOF dont la diffusion débute entre 20 heures et 21 heures figure en annexe 6.

Article 9 III. (...) Sur chacun des services, le temps de diffusion consacré aux œuvres audiovisuelles européennes ne pourra être inférieur à 60%, et le temps de diffusion consacré aux œuvres audiovisuelles d'expression originale française ne pourra être inférieur à 40%. S'agissant des services destinés à l'outre-mer, ces proportions pourront être revues et adaptées à l'occasion de l'arrivée de la télévision numérique d'outre-mer.

En 2013, les services du réseau Outre-mer 1^{ère} ont entièrement satisfait à leurs obligations de diffusion d'œuvres audiovisuelles d'expression originale française et européennes, selon les déclarations de France Télévisions.

	Total	Œuvres européennes	Œuvres EOF	Rappel 2012		
				Total	Œuvres européennes	Œuvres EOF
Guadeloupe 1^{ère}						
Ensemble de la Diffusion	5708h28	3688h28 64,61%	3109h57 54,48%	4692h37	2874h44 61,26%	2238h24 47,70%
HGE	1181h29	729h45 61,76%	635h10 53,76%	1162h37	662h46 57,01%	548h58 47,22%
Guyane 1^{ère}						
Ensemble de la diffusion	6472h05	3880h29 59,96%	3148h10 48,64%	5213h14	3097h27 59,42%	2328h36 44,67%
HGE	1230h31	754h41 61,33%	639h02 51,93%	1160h58	616h21 53,09%	512h13 44,12%

Martinique 1^{ère}						
Ensemble de la diffusion	6035h13	3772h40 62,51%	3199h38 53,02%	4268h38	2697h05 63,18%	2113h51 49,52%
HGE	1228h29	805h22 65,56%	614h05 49,99%	1148h22	697h43 60,76%	593h22 51,67%
Mayotte 1^{ère}						
Ensemble de la diffusion	6813h10	4376h33 64,24%	3822h38 56,11%	5832h16	3582h31 61,43%	3025h14 51,87%
HGE	1524h01	972h13 63,79%	834h56 54,78%	1356h54	830h21 61,19%	630h22 46,46%
Nouvelle Calédonie 1^{ère}						
Ensemble de la diffusion	6483h24	4275h36 65,95%	3614h46 55,75%	5086h10	3176h21 62,45%	2469h14 48,55%
HGE	1414h10	910h19 64,37%	766h28 54,20%	1157h03	697h11 60,26%	576h08 49,79%
Polynésie française 1^{ère}						
Ensemble de la diffusion	5790h34	3807h36 65,76%	3068h07 52,98%	4234h19	2896h57 68,42%	2283h47 53,94%
HGE	1261h09	833h58 66,13%	715h01 56,70%	1099h55	665h41 60,52%	542h52 49,36%
Réunion 1^{ère}						
Ensemble de la diffusion	6226h07	3997h26 64,20%	3342h20 53,68%	5109h48	3345h15 65,47%	2442h59 47,81%
HGE	1193h44	768h51 64,41%	647h07 54,21%	1100h49	663h47 60,30%	534h09 48,52%
Saint-Pierre et Miquelon 1^{ère}						
Ensemble de la diffusion	6080h11	4188h01 68,88%	3598h35 59,19%	5188h38	3483h49 67,14%	2817h13 54,30%
HGE	1321h15	878h14 66,47%	765h25 57,93%	1175h45	711h36 60,52%	607h13 51,64%
Wallis et Futuna 1^{ère}						
Ensemble de la diffusion	5748h40	3743h42 65,12%	3210h00 55,84%	5098h15	3238h34 63,52%	2400h23 47,08%
HGE	1339h42	860h11 64,21%	736h57 55,01%	1188h48	743h28 62,54%	583h11 49,06%

Source : France Télévisions

▪ **Composition des œuvres audiovisuelles par genre et par origine**

Information				
Ensemble de la diffusion	344h28 12,5%	70h59 1,7%	-	-
Non Européen	0h	0h	-	-
Européen	344h28 100%	70h59 100%	-	-
Expression originale française	344h28 100%	70h59 100%	-	-
Heures de grande écoute	86h55 15,1%	10h33 1,4%	-	-
Non Européen	0h	0h	-	-
Européen	86h55 100%	10h33 100%	-	-
Expression originale française	86h55 100%	10h33 100%	-	-

Documentaires et magazines				
Ensemble de la diffusion	1 305h56 47,3%	1 193h03 29,0%	722h02 10,5%	4 817h16 80,9%
Non Européen	4h21 0,3%	4h17 0,4%	30h24 4,2%	460h47 9,6%
Européen	1 301h35 99,7%	1 188h46 99,6%	691h38 95,8%	4 356h29 90,4%
Expression originale française	1 274h09 97,6%	1 182h41 99,1%	588h38 81,5%	3 238h06 67,2%
Heures de grande écoute	151h35 26,3%	252h42 33%	240h26 18,8%	814h41 93%
Non Européen	0h	0h	7h10 3%	52h19 6,4%
Européen	151h35 100%	252h42 100%	233h16 97%	762h22 93,6%
Expression originale française	147h43 97,4%	252h42 100%	199h34 85%	616h37 75,7%

Fiction audiovisuelle et animation				
Ensemble de la diffusion	930h30 33,6%	2 492h54 60,6%	5 379h42 78,3%	1 137h11 19,1%
Non Européen	414h18 44,5%	565h41 22,7%	2 402h57 44,7%	322h35 28,4%
Européen	516 h12 55,5%	1 927h13 77,3%	2 976h45 55,3%	814h36 71,6%
Expression originale française	390h02 41,9%	1356h14 54,4%	1 909h03 35,5%	528h47 46,5%
Heures de grande écoute	310h47 53,9%	484h09 63,3%	865h16 67,8%	61h26 7%
Non Européen	110h00 35,4%	75h55 15,7%	439h33 50,8%	0h
Européen	200h47 64,6%	408h14 84,3%	425h43 49,2%	61h26 100%
Expression originale française	179h07 57,6%	323h16 48%	162h43 18,8%	61h26 100%

Divertissements, musique et spectacles et vidéomusiques				
Ensemble de la diffusion	182h06 6,6%	356h36 8,7%	766h04 11,2%	0h12 -
Non Européen	0h	0h	21h59 2,9%	0h
Européen	182h06 100%	356h36 100%	744h05 97,1%	0h12 100%
Expression originale française	182h06 100%	344h03 9,5%	653h47 85,3%	0h12 100%
Heures de grande écoute	27h18 4,7%	17h47 2,3%	171h22 13,4%	0h12 100%
Non Européen	0h	0h	0h	0h
Européen	27h18 100%	17h47 100%	171h22 100%	0h12 100%
Expression originale française	27h18 100%	17h47 100%	171h22 100%	0h12 100%

Source : CSA - Direction des programmes

F. Les obligations spécifiques

■ Programmes destinés à la jeunesse

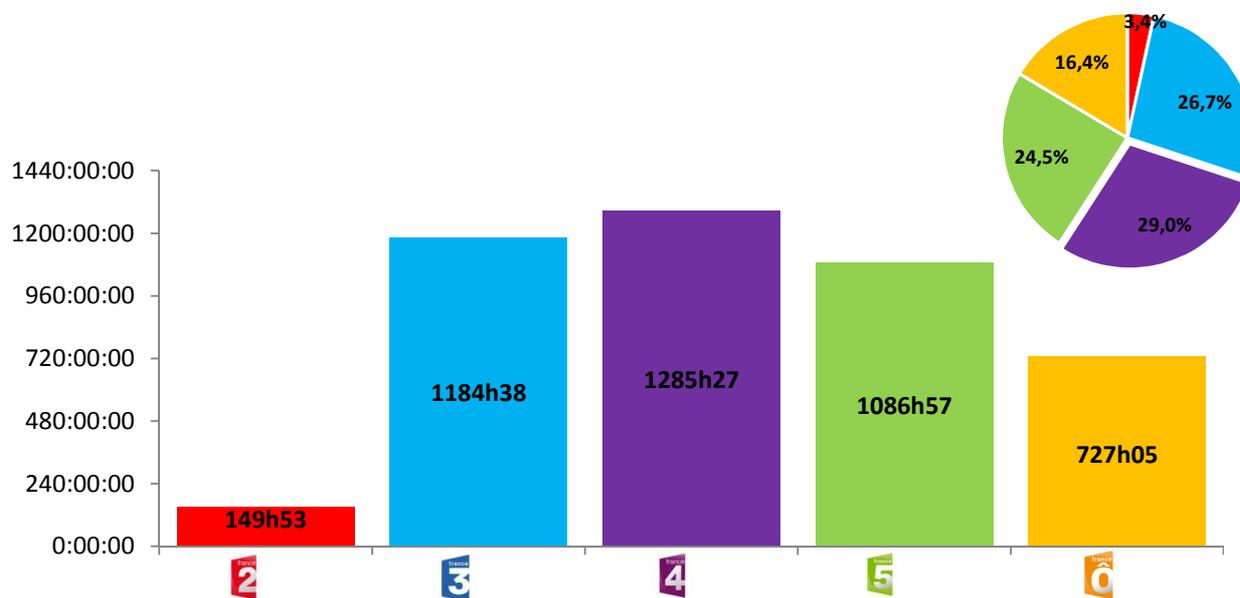
Article 13 I. - La société diffuse, en veillant à la complémentarité entre tous ses différents services, des programmes destinés à la jeunesse, aux jours et heures auxquels ce public est disponible et en tenant compte notamment des congés scolaires et de la libération du samedi matin.

Ces programmes contribuent à la lutte contre les discriminations et s'efforcent de promouvoir les valeurs d'intégration et de civisme qui favorisent notamment l'accès des jeunes à la citoyenneté.

La société accorde une attention particulière aux programmes destinés aux enfants et aux adolescents. Elle participe à leur éveil et les accompagne dans leur développement. Elle cherche à développer chez les jeunes téléspectateurs la conscience des droits et des responsabilités dans le cadre de leur vie quotidienne. Elle favorise l'acquisition par chacun de l'autonomie et de la capacité à élaborer un projet personnel.

Dans le cadre de la charte visant à promouvoir une alimentation et une activité physique favorable à la santé dans les programmes et les publicités diffusées à la télévision dont elle est signataire, la programmation de la société assure la promotion de comportements nutritionnels équilibrés et la pratique d'activités physiques régulières afin de prévenir l'obésité infantile et le surpoids.

En 2013, France Télévisions a consacré 4 434 heures (4 512 heures en 2012) à des émissions destinées au jeune public. A l'exception de France 2, l'offre jeunesse du service public était équitablement répartie sur l'ensemble des chaînes. France 4 demeure la chaîne qui a le plus participé à l'exposition de ces contenus (29% de l'offre jeunesse de France Télévisions pour un volume horaire de 1 285 heures).



Source : France Télévisions – Retraitement CSA – Direction des programmes

En 2013, l'offre de programmes jeunesse du groupe France Télévisions se répartissait de la manière suivante :

- France 5 pour les enfants de 3 à 7 ans ;
- France 3 et France Ô pour les enfants de 8 à 12 ans ;
- France 4 pour les enfants de 11 à 14 ans ;

- France 2 à destination d'un public familial et adolescents.

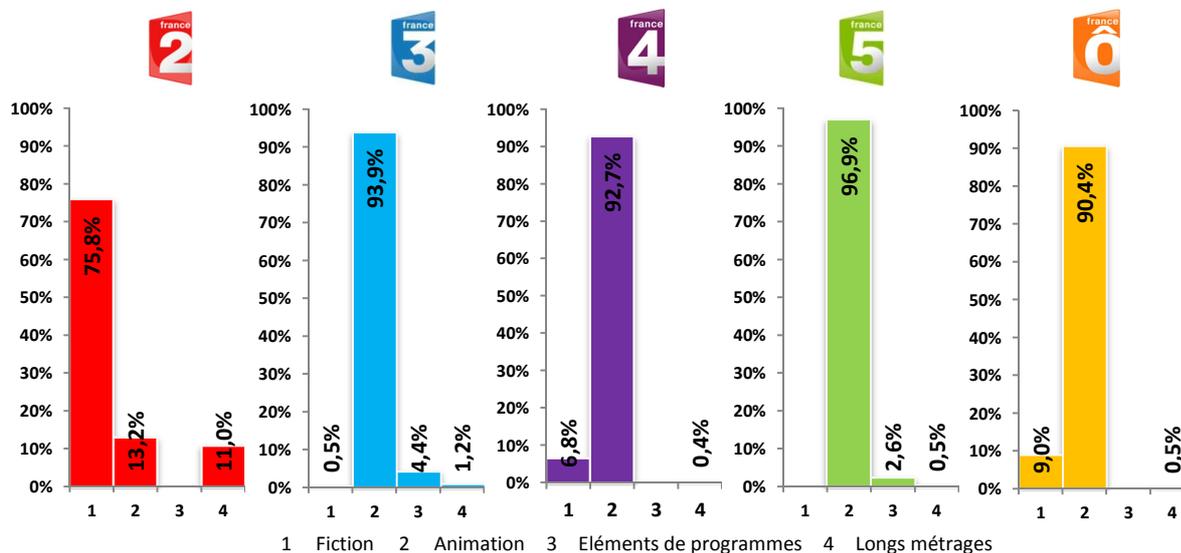
Les cases jeunesse de France Télévisions se sont réparties de la manière suivante (tableau ci-dessous). Lors des vacances scolaires, les cases jeunesse de l'ensemble des chaînes ont été élargies et durant les jours fériés, les chaînes ont bousculé leur offre afin de permettre la diffusion de programmes « événements » comme par exemple *Le petit Prince* sur France 3, *Grabouillon et le capitaine Nem-OS* et *La Sorcière dans les airs* sur France 5.

	Périodicité	Programme(s)	Saison	Horaire	PDA 4-14 (%)	PDA 4+ (%)
France 2	Samedi	Séries (Chante !, La Compagnie des Glaces, La Guerre des Stevens, Cœur Ocean...)	2012-2013	6h - 7h	1,2	9,5
			2013-2014		1	8,6
France 3	Lundi/Mardi/Jeu/Vendredi	Ludo (ou Ludo Vacances)	2012-2013	6h45 - 8h40 (ou	15	6,3
			2013-2014	8h30 - 10h50)	15	5,9
	Mercredi	Ludo (ou Ludo Vacances)	2012-2013	6h45 - 10h30 (ou	15,8	7,1
			2013-2014	8h05 - 11h45)	14,3	5,9
	Samedi	Ludo puis Samedi Ludo	2012-2013	6h35 - 10h55	19,8	9,1
			2013-2014	6h35 - 10h45	17,6	7,7
Dimanche	Ludo puis Bunny Tonic Ludo puis Dimanche Ludo	2012-2013	6h35 - 10h55	19,1	9,1	
		2013-2014	6h35 - 11h20	17,3	7,3	
France 4 Saison 2013-2014 jusqu'à mars 2014 seulement	Lundi/Mardi/Jeu/Vendredi	Séries animées	2012-2013	6h50 - 10h00	3,9	2,4
			2013-2014	6h15 - 13h00	3,6	1,3
	Mercredi		2012-2013	6h45 - 9h35	3,4	2,2
			2013-2014	6h15 - 13h00	3,2	1,5
	Samedi		2012-2013	6h45-10h10	3,7	3,4
			2013-2014	6h15 - 9h35	5,1	3,7
	Dimanche		2012-2013	6h50 - 9h55	4,4	4,3
			2013-2014	6h15-9h55	4,3	4,1
France 5	Lundi/Mardi/Jeu/Vendredi	Les Zouzous	2012-2013	6h45 - 8h45	6,6	2,5
			2013-2014		8,4	3
			2012-2013	12h00 - 13h30	8,6	1,7
			2013-2014		11,7	1,7
	Mercredi		2012-2013	6h45 - 8h50	6,5	2,4
			2013-2014	8,4	2,9	
			2012-2013	12h00 - 13h30	5,6	1,7
			2013-2014		7,8	1,7
Samedi	2012-2013	6h45 - 10h10	11,4	5,1		
	2013-2014		12,9	5,4		
Dimanche	2013-2014	6h45 - 7h45	13,2	3,3		

Source : CSA

Au sein de ces cases dédiées, l'offre jeunesse des chaînes du groupe France Télévisions était largement dominée par l'animation à l'exception notable de France 2 où l'animation n'a représenté que 13,2% de l'offre de la chaîne.

Les œuvres d'animation d'expression originale française représentaient 40,5 de l'offre d'animation de France 3, 48,3% de celle de France 4 et enfin 43,5% de l'offre d'animation de France 5.



Source : France Télévisions – Retraitement CSA – Direction des programmes

En 2013, l'offre de France 3 s'est notamment concentrée sur des adaptations de grands classiques des bandes dessinées mais également celles du patrimoine littéraire français. Cette proposition s'est notamment renforcée avec les coproductions d'animation suivantes : *Peter Pan*, *Garfield* (saison 4), *Le Petit Prince*. La chaîne a également lancé deux séries d'animation issues de l'univers des jeux vidéos : *Les Lapins crétiens Invasion* et *Dofus aux trésors de Kérubim*. Enfin, trois séries d'animation ont été acquises auprès de grandes compagnies américaines : *Ultimate Spiderman* (Disney), *Les Tortues Ninja* (Viacom-Nickelodeon) et *Dragons Cavaliers de Beurk* (Turner).

France 4, quant à elle, a principalement mis à l'antenne des séries d'animation provenant du catalogue de France Télévisions comme par exemple *Chasseurs de dragons*, *Wakfu* ou *Captain Biceps*.

Les programmes jeunesse de France 5 ont, comme les années précédentes, suivi deux axes éditoriaux : les séries d'éveil (*LuluVroumlette*, *Didou*, *Oui Oui*, *Les Monsieur Madame*, *Mini Loup* et *Mofy*) et les séries dites ludo-éducatives (*Mily Miss Question*, *Sid le petit scientifique* ou *Umizoomi*).

Par ailleurs, l'offre de la case jeunesse de France 5, *Les Zouzous*, s'est également enrichie de nouvelles séries adaptées de la littérature enfantine : *T'Choupi à l'école*, *Pierre Lapin*, *Mademoiselle Zazie* et *Boris*.

Il est à noter que l'année 2013 a notamment été consacrée au déploiement de la stratégie numérique jeunesse et à l'élaboration du projet de plateforme numérique. La Direction de la jeunesse de France Télévisions a ainsi poursuivi le développement de son offre sur tous les écrans : un enrichissement de l'offre de vidéos gratuites de *zouzous.fr* et *monludo.fr* et un renforcement de l'offre jeunesse sur la plateforme dédiée aux vidéos de rattrapage France Télévisions Pluzz (plus de 60% des diffusions antenne sont disponibles).

Les chaînes 1ères ont consacré dans leur grande majorité une case jeunesse en matinée tout au long de l'année d'une durée d'une heure à une heure et trente minutes. L'offre était notamment alimentée par des programmes issus des autres chaînes du groupe.

	Volume horaire	%
Guadeloupe 1^{ère}	325h17	10,3
Guyane 1^{ère}	328h35	10,4
Martinique 1^{ère}	296h55	9,4
Mayotte 1^{ère}	383h47	12,1
Nouvelle-Calédonie 1^{ère}	423h56	13,4
Polynésie 1^{ère}	271h40	8,6
Réunion 1^{ère}	249h57	7,9
Saint-Pierre-et-Miquelon 1^{ère}	523h34	16,5
Wallis et Futuna 1^{ère}	366h24	11,6
Total	3 170h05	100

Source : France Télévisions

■ Programmes culturels

Retransmission de spectacles

Article 6 Grâce aux programmations de France 2, France 3, France 4 et France Ô, France Télévisions fait connaître les diverses formes de l'expression théâtrale, lyrique ou chorégraphique et rend compte de leur actualité.

Le théâtre fait l'objet de retransmissions régulières en direct sur les services nationaux de la société.

France Télévisions diffuse des spectacles lyriques, chorégraphiques et dramatiques en veillant à ce que cette programmation traite de manière équitable chacun de ces trois genres. Ces spectacles sont :

- produits par les théâtres, festivals et organismes d'action culturelle ;
- spécialement créés ou recréés pour la télévision et interprétés par des artistes professionnels ;
- ou présentés dans le cadre de manifestations exceptionnelles, telles que des concerts ou des spectacles événements, et interprétés par des artistes professionnels.

Elle diffuse également des émissions, d'une durée unitaire minimale de 52 minutes, qui présentent le florilège de tels spectacles. Ces émissions replacent les œuvres dans leur contexte historique et dans leur continuité dramatique et réservent une place significative à la diffusion d'extraits de ces spectacles.

Le conseil d'administration de la société fixe une obligation annuelle de diffusion de ces spectacles et émissions en utilisant la méthode suivante :

- lorsque la diffusion a lieu en première partie de soirée, les après-midi du samedi, du dimanche, des jours de vacances scolaires et des jours fériés, elle est valorisée à trois points ;
- lorsqu'elle débute entre 10 heures et 22 h 45 et n'est pas valorisable à trois points, elle est valorisée à deux points ;
- pour les autres jours et horaires, la diffusion est valorisée à un point.

L'obligation annuelle de diffusion de la société ne peut être inférieure à 100 points.

										
	Nb. pts	Nb spect.	Nb. pts	Nb spect.	Nb. pts	Nb spect.	Nb. pts	Nb spect.	Nb. pts	Nb spect.
Spectacles dramatiques	38	27	8	4	74	43	37	36	157	110
Spectacle lyriques	15	14	46	46	-	-	-	-	61	60
Spectacle chorégraphiques	9	9	14	13	-	-	48	36	71	58
Total	62	50	68	63	74	43	85	72	289	228

Source : Direction des programmes / CSA

En 2013, France Télévisions a rempli son obligation annuelle de 100 points inscrite dans le cahier des charges et celle de 150 points à laquelle s'est engagée le Conseil d'administration de France Télévisions. Les chaînes nationales ont en effet réuni 289 points pour une diffusion de 228 spectacles.

Les spectacles ont notamment été programmés au sein de cases régulières :

- France 2 : *Au clair de la lune*, en troisième partie de soirée le mardi ;
- France 3 : *Apassionata*, le samedi en troisième partie de soirée ;
- France 4 : la diffusion de pièces de théâtre le vendredi en soirée ;
- France Ô : *Ô Live*, le vendredi en troisième partie de soirée et *Multiscenik*, le dimanche en troisième partie de soirée.

La répartition des spectacles était la suivante en 2013 :

- 48% des spectacles vivants appartiennent au genre dramatique ;
- 27% au genre lyrique (absent sur France 4) ;
- 25% au genre chorégraphique (absent sur France 4 et France Ô).

L'offre théâtrale a notamment été marquée en 2013 par la mise en place de la semaine événementielle *Coup de Théâtre* sur France Télévisions (13 au 20 janvier 2013). L'ensemble des antennes a été mobilisé pour mettre en valeur le théâtre :

- France 2 : *Le Jeu de l'amour et du hasard* de Marivaux (diffusée à 21h50 le 15 janvier 2013) et *...à la française* d'Edouard Baer en direct du théâtre Marigny (diffusée 20h50 le 19 janvier 2013) ;
- France 3 : *Ruy Blas*, mise en scène par Christian Schiaretti, enregistrée au théâtre de Villeurbanne (diffusée à 23h11 le 14 janvier 2013) ;
- France 4 : *10 ans de mariage* (diffusée à 20h44 le 18 janvier 2013) ;
- France Ô : *Une odyssee*, *La pelle du large* et *L'Odyssee d'Homère* revisitée par Irina Brooks.

L'art lyrique a notamment été proposé dans les cases mentionnées ci-dessus. Sur France 2, onze opéras ont été diffusés en 2013 et, parmi les spectacles lyriques proposés par France 3, on peut notamment citer : *La Somnambule* ou *Hansel et Gretel* à l'Opéra national de Paris, le *Crépuscule de dieux* au festival d'Aix en Provence et *La fille de Madame Angot*, opéra comique de l'Opéra de Lausanne. L'offre lyrique de France Télévisions a notamment été portée par France 3 qui a proposé 46 spectacles différents.

Les spectacles chorégraphiques ont été un peu plus diffusés en 2013 notamment sur l'antenne de France Ô, qui a proposé une part importante de l'offre chorégraphique du groupe avec 36 diffusions, pour dix spectacles différents. On peut notamment mettre en exergue les spectacles suivants : *Un casse noisette*, conte de fée d'Hoffmann sur la musique de Tchaïkovski revisité par des danseurs de hip hop ; *Electro kif* de Bianca Li et *La légende de Marukoa* par les Ballets de Tahiti.

La liste des spectacles diffusés par France Télévisions figure en annexe 7.

On notera que le lancement de Culturebox, en juin 2013, a permis de marquer une nouvelle étape pour l'exposition de spectacles. Avec 20 à 30 articles quotidiens portant sur l'actualité culturelle et plusieurs spectacles vivants proposés gratuitement, Culturebox permet désormais au public de visionner une large palette d'œuvres (danse et théâtre contemporains, musiques actuelles, musiques urbaines et musiques anciennes et baroques).

Une analyse complémentaire sur l'offre de spectacles vivants de France Télévisions est disponible p.

Emission culturelle quotidienne

Article 4 France Télévisions diffuse nationalement au moins un programme culturel chaque jour en première partie de soirée relevant des genres suivants :

- retransmissions de spectacles vivants ;
- émissions musicales ;
- magazines et documentaires de culture et de connaissance (découverte, histoire, sciences, valorisation du patrimoine, portraits d'artistes, etc.) ;
- événements culturels exceptionnels ;
- œuvres de fiction axées sur la découverte et la connaissance, notamment les adaptations littéraires, les biographies, les reconstitutions historiques.

S'agissant du livre et de la littérature, France Télévisions programme des émissions exclusivement littéraires à des heures de large audience, notamment en première ou en deuxième partie de soirée sur ses chaînes nationales.

D'une manière générale, elle s'attache à adapter les émissions culturelles à une écriture télévisuelle attirante pour le plus grand nombre.

Elle veille à enrichir, autant que possible, l'ensemble des programmes avec un contenu culturel, y compris les journaux.

Elle noue des partenariats avec les grandes institutions culturelles ou organisations professionnelles du secteur de la culture.

Afin de rendre compte des différentes formes d'expression culturelle et artistique, la société traite dans ses programmes de l'expression littéraire, de l'histoire, du cinéma et des arts plastiques et s'assure de la complémentarité des émissions diffusées.

Elle fournit par tout moyen de communications électroniques les références bibliographiques relatives aux émissions d'investigation, de connaissance ou de débat lorsque leur contenu le justifie.

Elle diffuse des rendez-vous d'information et des magazines, notamment sur l'actualité culturelle et artistique, les spectacles et les festivals ainsi que les loisirs.

Selon les déclarations du groupe, chaque soir de l'année, au moins l'une des cinq chaînes (France 2, France 3, France 4, France 5 et France Ô) a proposé une première partie de soirée culturelle. Le tableau ci-dessous récapitule le nombre d'émissions culturelles proposées en première partie de soirée par les chaînes du groupe France Télévisions.

Nombre d'émissions culturelles							Total	Nombre de premières parties de soirée
Documentaire	Événement culturel	Fiction/ Long métrage	Magazine	Spectacle vivant	Musique	Total		
	33	3	41	1	6	7	91	86
	50	1	42	56	4	6	159	152
	18	-	26	-	7	-	51	44
	139	-	41	137	-	-	317	224
	107	-	31	5	3	19	165	126
	347	4	181	199	20	32	783	632

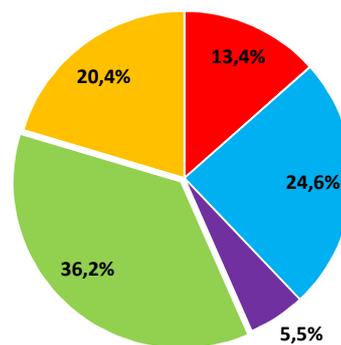
Source : CSA – Direction des programmes

Méthodologie : Le nombre de premières parties de soirée indique la diffusion dans la tranche 20h35-22 heures d'au moins une émission culturelle d'une durée supérieure à 20 minutes. En cas de diffusion par la même chaîne de deux émissions répondant à ces deux critères, elle n'est décomptée qu'une seule fois.

L'offre culturelle de France Télévisions s'est répartie sur l'ensemble des antennes. France 5 a représenté 36,2% de l'offre et elle est donc la chaîne qui a principalement porté la diffusion d'émissions culturelles en première partie de soirée.

L'offre est également bien présente sur les antennes de France 3 et France Ô.

France 2 et France 4 ont, dans une moindre mesure, participé à la diffusion de ces émissions : 13,4% pour France 2 et 5,5% pour France 4.



Parmi les programmes diffusés, on peut noter la programmation de films : *La Princesse de Montpensier* et *la Reine Margot* sur France 2, *Alexandre* sur France 4 ; de magazines et de documentaires : *Le Journal d'Anne Franck* sur France 2, *Le Grand Tour* et *Les Carnets de Julie* sur France 3, la collection *Empreintes*, *Les Carnets de route*, *On n'est pas que des cobaye*, *La Grande Librairie* sur France 5, *Toutes les France* sur France Ô ; de spectacles : *Les Victoires de la musique* sur France 2, *Musiques en fête* en direct des Chorégies d'Orange sur France 3.

L'ensemble des émissions culturelles diffusées en première partie de soirée sur l'ensemble des antennes de France Télévisions figure en annexe 8.

En 2013, France Télévisions a par ailleurs enrichi son offre numérique en lançant au mois de juin une version entièrement repensée de Culturebox. Le groupe a ainsi lancé, après le déploiement de trois plateformes, respectivement consacrées aux sports, à l'information et à l'éducation, une plateforme consacré à la culture et accessible sur tous les supports (internet, mobile et télévision connectée). Cette plateforme permet de rendre disponible les captations réalisées pour les antennes ainsi que de mettre à la disposition des internautes des articles portant sur l'actualité culturelle.

A l'occasion de la refonte de l'offre musicale de France 2 et France 3, les émissions musicales *Alcaline* et *Les chansons d'abord* ont rejoint Culturebox. En 2014, le groupe France Télévisions annonce que l'ensemble des émissions culturelles du groupe auront vocation à être rassemblées sur cette plateforme.

Emission culturelles et littéraires régulières

France Télévisions a programmé des émissions culturelles et littéraires sous forme de rendez-vous réguliers :

- Sur France 2 : *Des mots de minuit* (arrêtée le 26 juin 2013); *Dans quelle éta-gère* ; *Grand public* ou encore *Ce soir ou jamais* ;
- Sur France 3 : *Les Sorties de la semaine* ; *Espace francophone*, *Un livre un jour*, *Un livre toujours* et *Culture Box* ;
- Sur France 5 : *Ma vie d'artiste*, *La Grande Librairie*, *Les carnets de route de François Bunel* ; *Entrée libre* ;
- Sur France Ô : *Le Labô ?*, *10 minutes pour le dire*, *Ô bout de la nuit*.

Complémentarité des formes, des thèmes, de la programmation

Cette offre culturelle se répartit dans les différents genres de programmes :

- Documentaires : 44,3% ;
- Fictions/longs métrages : 23,1% ;
- Magazines : 25,4% ;
- Programmes musicaux : 4,1% ;
- Spectacles vivants : 2,5% ;
- Evènements culturels : 0,5%.

Partenariats avec des institutions et organisations extérieures

Le groupe a déclaré un nombre important de partenariats culturels initiés au titre de l'année 2013

Référence bibliographiques

Selon le groupe France Télévisions, les magazines diffusés par le groupe ont systématiquement cité les références bibliographiques des œuvres présentées.

▪ Emissions à caractère musical, programmes de variétés, prestations d'orchestre³

Article 5 France Télévisions diffuse régulièrement des émissions à caractère musical. Le contenu de ces émissions doit permettre de faire connaître aux téléspectateurs les diverses formes de musique, de rendre compte de l'actualité musicale et de promouvoir les nouveaux talents.

Dans ses programmes de variétés, la société donne une place majoritaire à la chanson d'expression française et développe une politique de grands événements, de nouvelles écritures télévisuelles et d'émissions régulières.

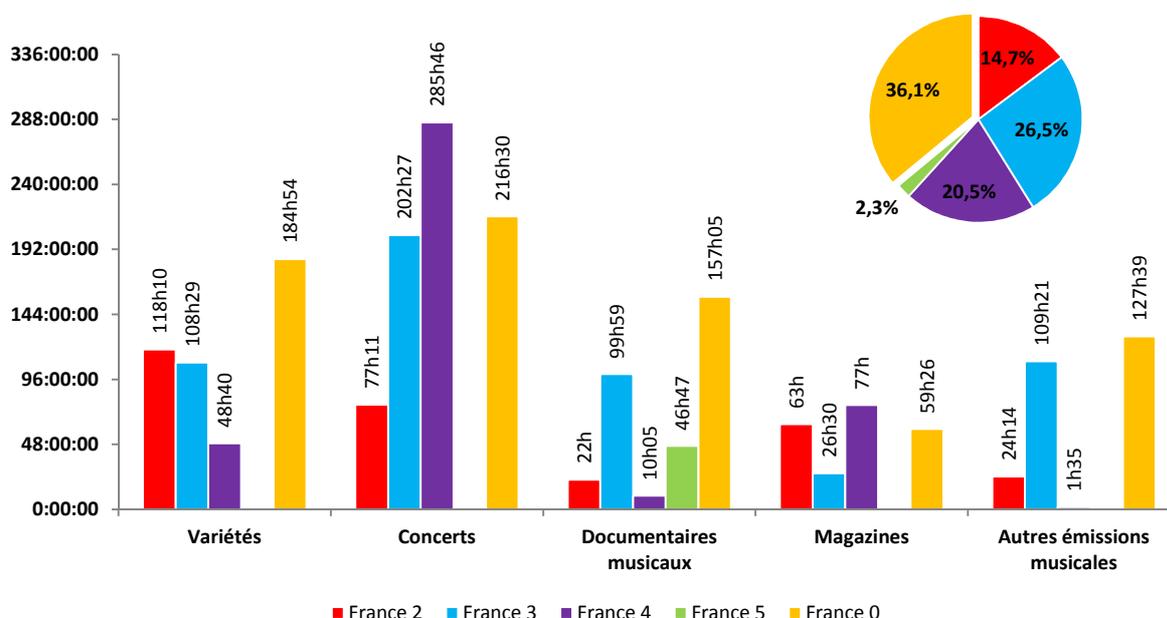
Elle s'attache à présenter les nouveaux talents et leur permet d'interpréter leur propre répertoire, notamment dans leur expression régionale sur France 3 et RFO. Elle s'efforce de diversifier l'origine des œuvres étrangères diffusées.

En outre, la société diffuse chaque année des concerts de musique classique interprétés par des orchestres européens et français, nationaux et régionaux, parmi lesquels figurent ceux de Radio France dans des conditions conjointement définies entre les deux sociétés. Elle veille à illustrer toutes les formes d'expression de la musique vivante en ouvrant largement ses programmes aux retransmissions de spectacles publics présentés en France, notamment sur France 4, ou en région sur France 3 et sur RFO.

Ensemble diffusion

Le groupe France Télévisions a diffusé 2 066h48 (contre 2 111h19 en 2012) d'émissions à caractère musical soit une moyenne mensuelle de 172 heures 14 minutes. A l'exception de France 5, ce genre est assez bien réparti entre les différentes chaînes du groupe : France 2 (15%), France 3 (27%), France 4 (21%), France 5 (2%) et France Ô (36%).

Bien que diffusés tardivement, les concerts sont le genre le mieux représenté (38%) suivi des variétés (22%), des documentaires musicaux (16%), des magazines (11%) et enfin les autres émissions musicales (vidéomusiques et films musicaux) pour 13%.



Source : CSA – Direction des programmes

³ La liste des orchestres est disponible en annexe 9.

Le volume des émissions musicales est en hausse sur France 3 et France 4 par rapport à 2012. En revanche, il enregistre une forte baisse sur France 2 (304 heures en 2013 contre 410 heures en 2012) et en légère diminution sur France 5 et France Ô.

Les émissions de variétés présentent un nombre d'heures inférieur sur France 2 en raison de la non-comptabilisation de l'ensemble des émissions *Vivement dimanche* dans les émissions à caractère musical : n'ont été retenues que celles dont les invités étaient des chanteurs de variétés.

La rentrée de septembre 2013 a été marquée par le renouvellement de l'offre musicale de France 2 et France 3.

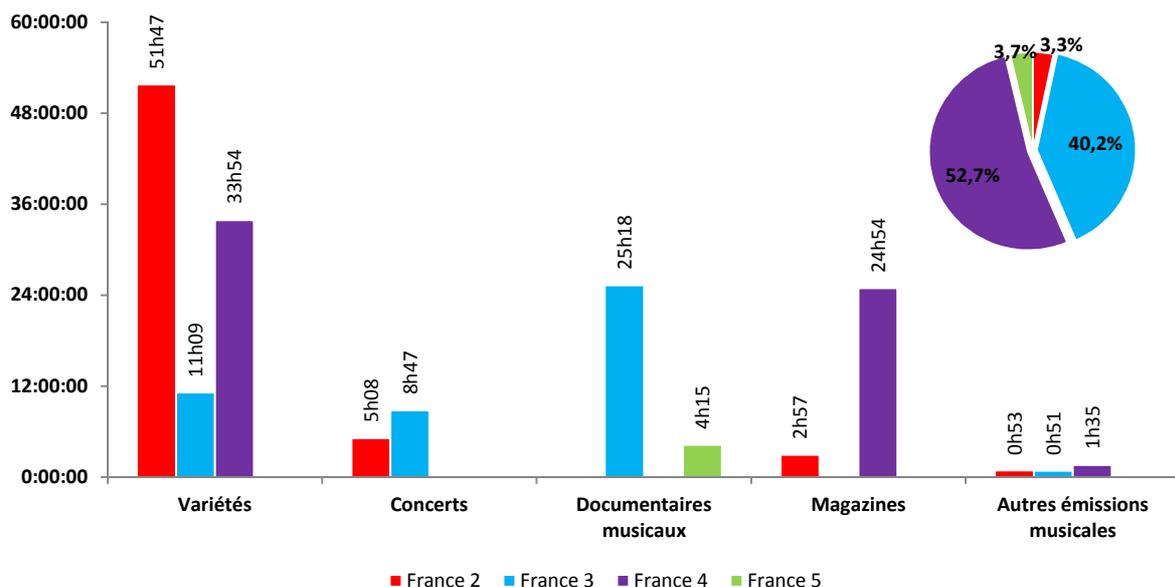
Alcaline, la nouvelle marque musicale de France 2, déclinée à l'antenne en une émission quotidienne, une hebdomadaire et une mensuelle, a permis la mise en place d'une nouvelle forme d'exposition de la musique après l'arrêt de *Hebdo musique mag*, *Taratata* et *CD'aujourd'hui*. *Alcaline* se compose de trois rendez-vous : *Alcaline, le mag*, magazine d'actualité ponctué de reportages et de rencontres avec des artistes ; *Alcaline, le concert*, qui offre une prestation sur scène d'un artiste musical et *Alcaline, l'instant*, une pastille quotidienne sur l'actualité musicale.

France 3, quant à elle, a lancé un nouveau magazine musical, *Les Chansons d'abord*, en remplacement de *Chabada*. Ce programme, présenté par Natasha Saint-Pierre le dimanche après-midi, met en scène cinq jeunes artistes autour d'un invité exceptionnel.

Il est à noter que la musique est également présente dans des émissions qui ne lui sont pas entièrement dédiées. Des artistes sont en effet régulièrement invités à se produire dans les conditions du direct dans le journal de 13 heures de France 2, *Ce soir ou jamais* (France 2) ou *Le Labô* (France 5).

Aux heures de grande écoute (18h-23h et 14h-23h le mercredi)

Aux heures de grande écoute, le volume horaire des émissions à caractère musical était de 170 heures et 27 minutes. Ces programmes étaient principalement diffusés sur les antennes de France 4 et France 3



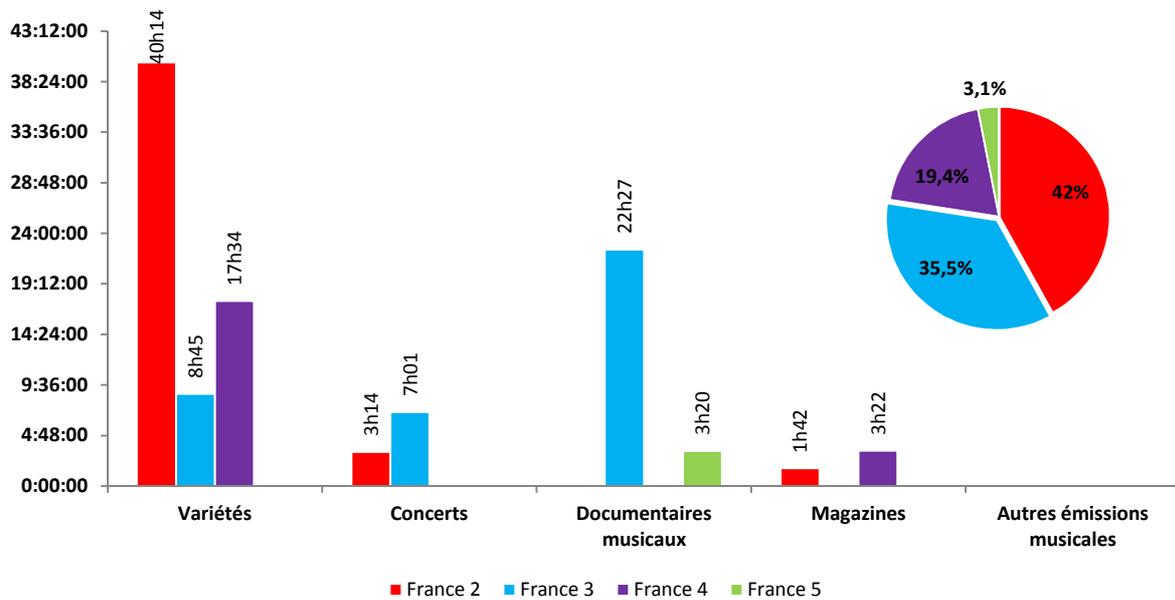
Source : CSA – Direction des programmes

Entre 20h35 et 22h30

En première partie de soirée, l'offre musicale de France Télévisions est majoritairement proposée par les deux chaînes généralistes du groupe, à savoir France 2 et France 3.

L'offre de France est essentiellement constituée d'émissions de variétés telles *Les Années Bonheur* ; *Champs Elysées* ; *Hier encore* ou encore *Simplement pour un soir*. France 2 a également programmé trois concerts : *Le Concert de Paris*, *Ils chantent pour la tolérance* et un opéra *Bal Masqué*.

Sur France 3, l'offre musicale de la chaîne était principalement constituée de documentaires (*Chœur du village*, *Edith Piaf amoureuse*, *Paris Années folles*) ; de variétés et de concerts (*Concours de l'Eurovision*, *Fête de la chanson française*, *Les Victoires de la musique classique*).



Source : CSA – Direction des programmes

Ci-dessous, l'offre musicale des Outre-mer 1ères :



	Outremer 1ère		Achats		FTV		Autres		Total
	Volume	%	Volume	%	Volume	%	Volume	%	
Guadeloupe 1 ^{ère}	118h32	62,9	54h00	28,7	15h46	8,4	-	-	188h18
Guyane 1 ^{ère}	54h00	46,8	42h29	36,8	18h53	16,4	-	-	115h22
Martinique 1 ^{ère}	48h50	30,4	63h47	39,8	47h49	29,8	-	-	160h26
Mayotte 1 ^{ère}	158h50	50,7	110h28	35,3	43h49	14	-	-	313h07
Nouvelle-Calédonie 1 ^{ère}	78h50	29,3	128h52	48	61h03	22,7	-	-	268h45
Polynésie 1 ^{ère}	115h14	52,6	40h15	18,4	63h37	29	-	-	219h06
Réunion 1 ^{ère}	193h55	55,5	73h17	21	81h58	23,5	-	-	349h10
Saint-Pierre-et-Miquelon 1 ^{ère}	16h49	6,2	92h15	34	160h00	58,9	2h26	0,9	271h30
Wallis et Futuna 1 ^{ère}	59h12	30,1	67h04	34,1	70h40	35,9	-	-	196h56

Source : France Télévisions

Actualité musicale et nouveaux talents

Sur le premier semestre 2013, France 2 a rendu compte de l'actualité musicale à travers la diffusion des magazines Hebdo *Musique Mag* et *CD'aujourd'hui*, remplacés en septembre 2013 par la marque *Alcaline*. Les programmes référencés sous cette nouvelle dénomination (*Alcaline, le mag ; Alcaline, le concert ; Alcaline, l'instant*) ont notamment mis en avant les artistes suivants : Stromae, BB Brunes, Julien Doré, Gaëtan Roussel, M ou encore Christophe Maé.

France 4 s'est intéressée chaque semaine au sein de son magazine *Monte le Son* à présenter des nouveaux talents de la scène française

France Ô a également diffusé des magazines consacrés à la découverte de jeunes talents. *Aline au pays des merveilles* est notamment revenu sur l'actualité musicale de l'année 2013 et le programme *Le Ring* a permis d'assurer la rencontre de deux artistes sur scène et en coulisse. *Le Ring* a ainsi accueilli : Stromae, Ayo, Morcheeba, Sanseverino par exemple.

Chanson d'expression française

L'émission *Chabada*, diffusée chaque dimanche sur France 3, remplacé à la rentrée de septembre par *Les Chansons d'abord*, ont toutes deux permis à des artistes d'interpréter des chansons françaises dites de variétés. La chaîne a également proposé la diffusion du concert *Génération Age tendre* qui a réuni les artistes des années 70/80 : Hervé Vilard, Michèle Torr, François Valéry.

Expression régionale

Dans les régions, France 3 a proposé 125 heures de programmes musicaux. Les antennes régionales de France 3 sont partenaires de nombreux festivals musicaux et proposent des captations de concert. Citons pour la musique nouvelles *Festival jazz à* et pour la musique classique *L'Elisir d'amore*.

Dans le réseau des outre-mer 1ères la plupart des stations disposent de rendez-vous musicaux réguliers :

- Sur Guadeloupe 1^{ère} : *Une 1ère*;
- Sur Saint-Pierre et Miquelon 1^{ère} : *Amalgame* ;
- Sur Martinique 1^{ère} : *Bienvenue au château*;
- Sur Nouvelle Calédonie 1^{ère} : La fête de la musique en nouvelle Calédonie ;
- Sur Mayotte 1^{ère} : *Top Massiwa* ;
- Sur Wallis et Futuna 1^{ère} : *Faka Mavaeta'u* ;
- Sur Réunion 1^{ère} : *Ki Fé l'show* ;
- Sur Polynésie 1^{ère} : Fare Maohi Bringue.

Orchestre de Radio France

En 2013, France 5 et France Ô n'ont pas diffusé d'interprétation de l'Orchestre de Radio France.

France 2 a proposé des interprétations de l'orchestre philharmonique de Radio France pour une durée totale de 5 heures 05 minutes ainsi que trois interprétations de l'Orchestre National de France pour une durée de 5 heures 46 minutes. France 3 a quant à elle proposé 4 heures 04 minutes d'interprétations de l'orchestre philharmonique.

■ Programmes scientifiques et liés à l'environnement

Article 7 France Télévisions diffuse à des heures de large audience, notamment en première partie de soirée, des programmes de connaissance et de décryptage, permettant de vulgariser la science et de sensibiliser aux problématiques de développement durable : magazine, documentaire, fiction, docu-fiction (...)

										
	Ensemble de la diffusion	1ère partie de soirée	Ensemble de la diffusion	1ère partie de soirée	Ensemble de la diffusion	1ère partie de soirée	Ensemble de la diffusion	1ère partie de soirée	Ensemble de la diffusion	1ère partie de soirée
Magazines	19h20	4h26	106h16	1h45			556h47	95h40	682h23	101h51
Documentaires	123h59	6h22	06h30		95h67	23h57	1 289h03	27h52	1 515h29	58h11
Total	143h19	10h48	112h46	1h45	95h67	23h57	1 845h50	123h32	2 197h52	160h02

Source : CSA – Direction des programmes

Comme le montrent les tableaux ci-dessus, France Télévisions a proposé, sur l'ensemble de ses services, un nombre d'heures significatif (près de 2 200 heures sur l'année dont 160 heures en première partie de soirée) de programmes scientifiques ou liés à l'environnement. L'offre est en légère diminution par rapport à l'année précédente. France 5 représente plus de 80 % du volume total sur l'ensemble de la journée et ce, en cohérence avec la définition de sa ligne éditoriale. En première partie de soirée, France 5 a représenté 94% de l'offre globale de France Télévisions.

Au sujet de cette offre, on peut noter la diffusion du magazine *On n'est pas que des cobayes* sur France 5 le vendredi en première partie de soirée. Ce programme de vulgarisation scientifique s'appuie sur des expériences ludiques pour expliquer certains phénomènes. Cette émission s'est également déclinée sur le site de France 5 en un dispositif interactif.

France 5 a proposé la rediffusion de sa collection *L'Empire des sciences*, mettant à l'honneur les avancées en matière de connaissance des écosystèmes. La chaîne a en outre proposé la diffusion d'un documentaire en quatre épisodes *Cold Case, enquêtes dans le passé*, qui a notamment permis de mettre en valeur le travail de scientifiques dirigés par une experte médico-légale qui ont tenté de redonner une identité, une histoire et un nom à des squelettes.

Programmes scientifiques et développement durable

Article 7 La société contribue par la diversité de ses écritures et formats à développer les connaissances du public sur l'actualité de la science, les avancées de la recherche, et notamment celles qui ont des répercussions sur leur vie quotidienne d'aujourd'hui ou de demain.

Des films documentaires sont consacrés aux aventures scientifiques du passé et du présent. Ils abordent toute la palette des sciences exactes, notamment la biologie, la génétique, etc.

France Télévisions propose également des documentaires sur les sciences de la nature, de l'environnement et du monde animal.

Elle porte une attention particulière aux sciences humaines (histoire, géographie, économie, etc.).

La fiction peut également s'inspirer de grands destins d'hommes et de femmes de sciences pour retracer l'histoire des sciences dans son aspect le plus humain et le plus émouvant. [...]

La promotion de la connaissance scientifique et la sensibilisation aux enjeux du développement durable ont été présents dans la programmation sur l'ensemble des antennes du groupe public avec des rendez-vous quotidiens et hebdomadaires.

France 3 a diffusé chaque samedi le magazine de vulgarisation scientifique *C'est pas sorcier*. Diffusée depuis 20 ans, l'émission décrypte de très nombreux thèmes : sciences, nature, santé, environnement. Enfin, la nouvelle émission quotidienne, *Météo à la carte*, présente, outre la météo, un décryptage de son influence sur la santé et la nature.

France 5 a proposé *Le Magazine de la santé* et *Allô Docteur*. A travers ses documentaires ou séries documentaires, France 5 a permis le décryptage de très nombreux sujets en rapport avec les sciences. On notera notamment, *Au cœur du cosmos, le pouvoir caché des virus ou quand le climat s'emballe*

Enfin des programmes ludo-éducatifs visent à éveiller la curiosité des plus jeunes : *Umizoomi* par exemple.

Les magazines de France 2, *Envoyé spécial* et *Envoyé spécial la suite*, ont eu l'occasion de diffuser des sujets sur ce thème et l'émission quotidienne *Télématin* a rendu compte des sciences dans plusieurs rubriques. L'émission *Grandeurs Nature* est un rendez-vous documentaire consacré à la découverte de phénomènes naturels exceptionnels.

France Ô a abordé les questions du développement durable et de la biodiversité dans ses émissions *Archipels* et le magazine hebdomadaire *Investigations*.

Des contenus complémentaires en ligne

Les sites *Francetv éducation* et *Le site.tv* ont mis en ligne des contenus en matière d'éducation au développement durable et de sensibilisation à la biodiversité.

▪ Jeux

Article 18 Les émissions de jeux que diffuse la société privilégient l'imagination, la découverte et la connaissance et permettent d'explorer les domaines historiques, culturels, économiques et scientifiques. La société s'attache à favoriser la création d'émissions de jeux originales françaises et européennes.

						
Total	968h29	855h54	-	-	-	1824h 23

Source : CSA – Direction des programmes

Comparé à l'année 2012, le volume global des jeux est presque inchangé (1 792 heures en 2012 et 1 824 heures en 2013).

France 2 reste le premier diffuseur de ce genre avec un total de 968 heures 29 minutes sur l'année 2013 (955 heures 20 minutes en 2012). La chaîne propose *Motus, Les Z'Amours, Tout le monde veut prendre sa place, Seriez-vous un bon expert et 4^{ème} duel*. Une grande majorité de ces jeux est disponible sur internet.

France 3 reste spécialisée dans les jeux de connaissance avec *Slam*, *Des chiffres et des lettres*, *Harry* et *Questions pour un champion*. Tous ces jeux sont accessibles sur internet, tablettes, mobiles et réseaux sociaux.

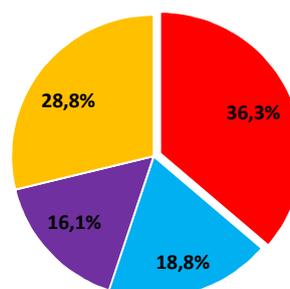
Parmi les jeux cités ci-dessus, *Harry*, *Les Z'Amours*, *Tout le monde veut prendre sa place*, *Seriez-vous un expert* et *Des Chiffres et des lettres* sont des jeux de création française alors que *Motus* et *Que le meilleur gagne* sont d'origine européenne.

■ Programmes sportifs

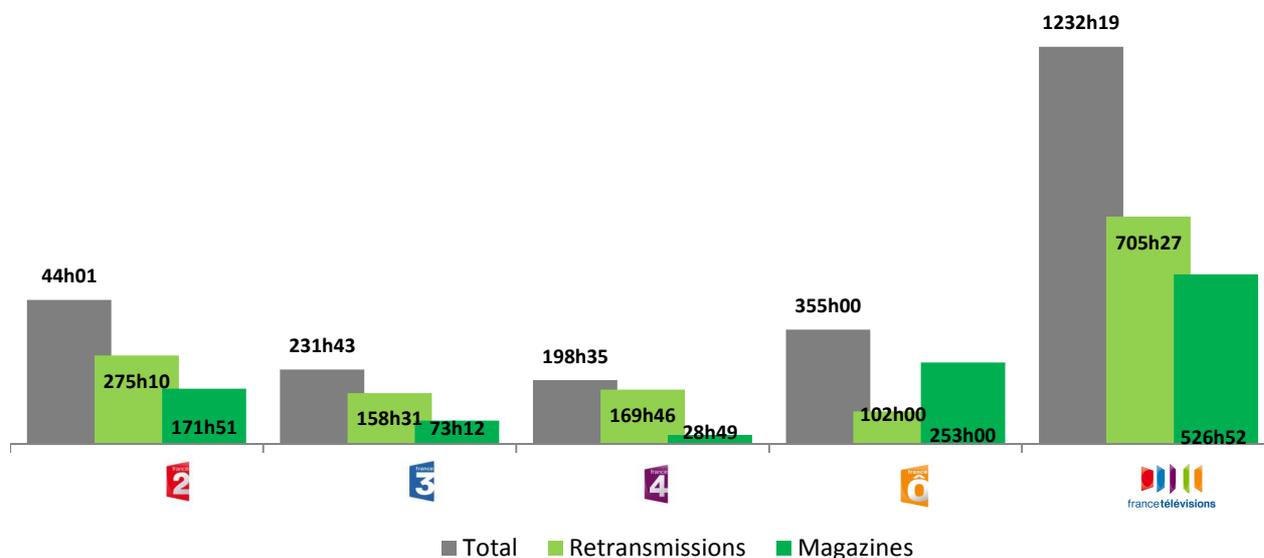
Article 8 France Télévisions s'efforce de conserver la diffusion en direct sur France 2, France 3, France 4 ou RFO des événements sportifs d'importance majeure ou qui font partie du patrimoine national (Tour de France, Jeux olympiques, Roland Garros, Tournoi des six nations, football, etc.) sans pour autant omettre de proposer un très large éventail de disciplines sportives.

Dans ses programmes régionaux, elle porte une attention particulière aux manifestations sportives locales et régionales. En veillant à la complémentarité entre ses différentes antennes, la société conclut des conventions avec les organismes sportifs pour déterminer les conditions dans lesquelles elle assure la retransmission de manifestations sportives.

Année non olympique, 2013 a vu la diffusion de 1 232 heures (une diminution de 247 heures par rapport à 2012) de sport sur France 2, France 3, France 4 et France Ô, dont 705 heures de retransmissions en direct. L'offre globale de sport était principalement portée par France 2 (36,3%) et France Ô (28,8%)



Les grands événements sportifs ont été présents comme chaque année sur les différentes antennes : Tournoi des Six Nations, Roland-Garros, Tour de France, Coupe de France et Coupe de la Ligue de football, coupe d'Europe de rugby.



Source : CSA – Direction des programmes

Par ailleurs, France Télévisions a couvert l'actualité d'un large éventail de disciplines dans le cadre de ses magazines et son offre d'information : sur France 2 (*Stade 2* et *Rencontre à XV*), sur France 3 (*Tout le sport*, émission quotidienne), sur France Ô (*Couleur sport*, *Riding sport*). En outre-mer, les antennes télévisées produisent pour la plupart un magazine sportif et proposent également des disciplines plus spécifiques aux territoires ultramarins comme les compétitions de Yoles. Plus de 115 disciplines ont été traitées au cours de l'année.

France Télévisions a, notamment grâce à France 4, poursuivi en 2013 son action en faveur de la promotion de la féminisation de la pratique sportive, au travers de la programmation de rencontres de « D1 féminine », de la Coupe de France féminine de football ou par la retransmission des phases de finales de l’Eurobasket féminin.

Le groupe s’est également attaché à promouvoir le handisport en diffusant sur France 4 les Championnats du Monde d’Athlétisme IPC, organisés à Lyon.

Enfin, conformément à la délibération du Conseil du 26 juin 2012, les chaînes nationales du groupe se sont attachées à diffuser des programmes promouvant la lutte contre le dopage au travers de rubriques et sujets diffusés dans les magazines *Stade 2* (France 2) ou *Tout le sport* (France 3).

Ci-dessous le tableau recensant les programmes sportifs diffusés sur les Outre-mer 1ères.



	Magazines		Retransmissions		Total 2013	
Guadeloupe 1^{ère}	262h09	22,70%	273h11	13,90%	535h20	17,10%
Guyane 1^{ère}	77h30	6,70%	195h17	9,90%	272h47	8,70%
Martinique 1^{ère}	78h05	6,70%	209h43	10,60%	287h48	9,20%
Mayotte 1^{ère}	36h54	3,20%	30h58	1,60%	67h52	2,20%
Nouvelle-Calédonie 1^{ère}	111h00	9,60%	296h17	15,00%	407h17	13,00%
Polynésie 1^{ère}	181h49	15,70%	266h26	13,50%	448h15	14,30%
Réunion 1^{ère}	126h44	11,00%	14h53	0,80%	141h37	4,50%
Saint-Pierre-et-Miquelon 1^{ère}	129h29	11,20%	298h55	15,20%	428h24	13,70%
Wallis et Futuna 1^{ère}	153h36	13,30%	384h41	19,50%	538h17	17,20%

Source : France Télévisions

▪ Soutien à certains genres de programmes

Information et débat

Article 14 L'information et le débat doivent être des grands rendez-vous sur les antennes de France Télévisions. Plusieurs rendez-vous hebdomadaires constitués notamment de reportages seront consacrés à l'information et aux débats politiques français et européens.

En 2013, l'information demeure l'un des piliers de l'offre de programmes du service public.

Les rédactions de France 2 et France 3 ont respectivement produit 2 010 heures de programmes dont 743 heures de journaux télévisés, et 1 091 heures de programmes dont 802 heures de journaux télévisés. France Ô a diffusé 1 374 heures d'information.

L'information occupe également une place importante dans la programmation des chaînes du réseau Outremer 1^{ère}. Celle-ci a représenté la plus grande part du volume annuel de production de ces stations.

Les journaux télévisés et les bulletins d'information

- France 2 : 5 éditions au sein de Télématin ainsi que les journaux quotidiens à 13h et 20h. Le journal télévisé de la nuit, tout en images, a été supprimé.
- France 3 : 3 éditions quotidiennes, le *12/13*, le *19/20* et le *Soir 3*, remplacé en avril 2013 par une version d'une heure, *Le Grand Soir 3*. France 3 reprend également un journal d'information ultramarine ;
- France Ô : rediffusion des journaux télévisés locaux d'outre-mer, synthèse des principales informations d'outre-mer tout en images à 8h20, *Info midi* et *Info soir* ;
- Toutes les chaînes du réseau Outre-mer 1^{ère} ont proposé un journal télévisé du soir. Six d'entre elles diffusent également un journal du midi diffusé à 13h.

Les magazines d'information

En 2013, France 2 a continué son offre de magazines (*Des paroles et des actes*, *Mots croisés*, *Complément d'enquête*, *Un œil sur la planète*, *Cash investigation*, 13h15 et *Envoyé spécial*). Ces derniers ont été fortement rediffusés pendant l'été.

France 3 a proposé le *12/13 Dimanche*, *Pièces à conviction* en diffusion mensuelle, *Avenue de l'Europe*. Enfin *La voix est libre* est déclinée sur les 24 antennes régionales.

France 5 continue de proposer de nombreux magazines de décryptage de l'actualité : *C politique* (le dimanche), *C dans l'air* (du lundi au vendredi) et enfin *C à dire* (du lundi au vendredi).

France Ô a proposé en 2013 les magazines *Investigatiôns* sur des enquêtes tournées en dehors de l'hexagone, *Le Monde vu par...*, magazine d'interview et *Bondy Blog Café* en collaboration avec La chaîne Parlementaire.

Sur les chaînes du réseau Outremer 1^{ère} les émissions de débat ou reportage les plus importants sont :

- sur Guadeloupe 1^{ère} : *Buzz première* et *7 actu* ;
- sur Martinique 1^{ère} : *Place publique* ;

- à Saint-Pierre-et-Miquelon : *Ça vous regarde* et *À première vue* ;
- sur Réunion 1^{ère} : *Ils font bouger La Réunion* ;
- en Nouvelle-Calédonie : *La Preuve par 4* ;
- sur Polynésie 1^{ère} : *Polynes'iles, Ara Ora* ;
- sur Mayotte 1^{ère} : *Kalaoi Dala*.

Le débat citoyen et politique est, en outre, traité dans de nombreux magazines de société et magazines culturels. On peut citer notamment *Ce soir (ou jamais !)*, *La soirée continue* et *Grand public*.

Cinéma

Article 10 [...] *La société s'attache à diversifier sa programmation cinématographique, à favoriser la diffusion d'œuvres cinématographiques de courts métrages et à développer la partie éditoriale des cases cinéma pour les mettre en valeur.*

En 2013, les chaînes du groupe France Télévisions ont diffusé 540 œuvres cinématographiques (686 diffusions) réparties comme suit :

	150 films
	198 films
	138 films différents pour 230 diffusions
	3 films (4 diffusions)
	51 films (104 diffusions)
TOTAL	540 films

Source : CSA – Direction des programmes

France 2 vise un public familial avec le dimanche un long métrage en première partie de soirée et des courts métrages vers 00h15.

Sur France 3, l'offre est axée vers le cinéma patrimonial et populaire avec, le jeudi soir un long métrage, suivi de courts métrages en troisième partie de soirée et le dimanche soir le *Cinéma de minuit*.

France 4 propose une offre divertissante, le dimanche, en diffusant des films destinés aux jeunes adultes et le mercredi en première partie de soirée (depuis septembre 2012). Cette diffusion d'œuvres cinématographiques le mercredi soir, déroge au I de l'article 10 du décret n°90-66 du 17 janvier 1990, se fait conformément aux dispositions du II de ce même article :

- Le cahier de charges prévoit que France 4, de même que France 2 et France 3 consacrent au minimum 3,5 % de leurs chiffres d'affaires annuels net de l'exercice précédent à des dépenses constituant au développement de la production cinématographiques ;
- L'investissement annuel cumulé de France Télévisions, qui s'élève à 61,552 M€ est supérieur à 50 M€ (seuil minimal fixé par l'arrêté du 9 mai 2012 pris en application du II de l'article 10 du décret n° 90-66 du 17 janvier 1990, cf. page) ;

- L'audience moyenne annuelle de France 4 est inférieure à 5 % (2,1%) ;
- Toutes les œuvres cinématographiques diffusées le mercredi soir ont commencé entre 20h et 21h ;
- 94,2 % des œuvres cinématographiques diffusées le mercredi soir étaient européennes ou d'expression originale française (supérieur à 85 % conformément au décret n°90-66 du 17 janvier 1990).

France 5 n'a diffusé que trois titres, documentaire et animation, en cohérence avec sa ligne éditoriale.

Enfin, France Ô met à l'honneur la diversité le lundi en première partie de soirée avec la case intitulée *Ciné Mix*.

Le cinéma aux heures de grande écoute

Article 10 [La société] renforce la place du cinéma aux heures de grande écoute.

En 2013, France Télévisions a diffusé sensiblement plus de films aux heures de grande écoute qu'en 2012, soit 325 contre 296. La diffusion se répartit comme suit :

Nombre de diffusions	2013	2012
 2	57	49
 3	66	56
 4	139	139
 5	-	1
 Ô	63	51
TOTAL	325	296

Source : CSA – Direction des programmes

Les courts métrages

France 2 et France 3 disposent de cases régulières de courts-métrages et France 4 a lancé en octobre 2012, *Nuit 4.0*, un rendez-vous trimestriel destiné à accueillir une programmation thématique de courts-métrage. Elle a ainsi diffusée 52 courts-métrages lors de deux soirées événementielles. France Ô, par des opérations d'antenne inédites, a proposé des courts métrages.

Nombre de courts métrages	2013	2012
	131	107
	176	160
	59	59
	-	-
	6	-
TOTAL	372	326

Source : CSA – Direction des programmes

Le ciné-club et les œuvres d'art et essai

Article 10 (...) Afin de favoriser la connaissance du patrimoine cinématographique, [la société] propose des émissions de ciné-club. Elle programme régulièrement des œuvres d'art et d'essai, afin de refléter cet aspect de la création cinématographique.

Sur France 2, le *Ciné-Club* a permis de diffuser, tous les mardis aux alentours de minuit, des grandes œuvres patrimoniales. 31 films de ciné-club, tous classés « art et essai », ont été diffusés en 2013.

France 3 a proposé chaque semaine dans *Cinéma de minuit* des œuvres du patrimoine cinématographique mondial. Elle a diffusé 6 films d'art et essai. Au 3^{ème} trimestre, la chaîne a enrichi son offre avec une case de films d'art et essai, le mardi en 3^{ème} partie de soirée.

Enfin France 4 a proposé 28 œuvres d'art et essai dont 20 dans le contingent supplémentaire ouvert par le II de l'article 8 du décret 90-66.

Les émissions sur l'actualité du cinéma

Article 10 (...) [La société] traite régulièrement dans ces programmes de l'actualité du cinéma, en reflétant la diversité des œuvres cinématographiques sorties en salle et en cherchant à développer le sens critique du téléspectateur.

Sur France 2, l'actualité du cinéma est traitée sous la forme de séquences dans des émissions comme *C'est au programme* ou *Grand Public*. Par ailleurs, *Télématin* produit trois sujets par semaine consacrés au cinéma.

Sur France 3, l'émission *Les Sorties de la semaine* a été remplacée par *Le Pitch* à partir du mois d'octobre.

France 4, avec le magazine *Mercredi c'est ciné* chaque mercredi autour de 20h40, traite de l'actualité du cinéma en présentant les films à l'affiche et les sorties DVD.

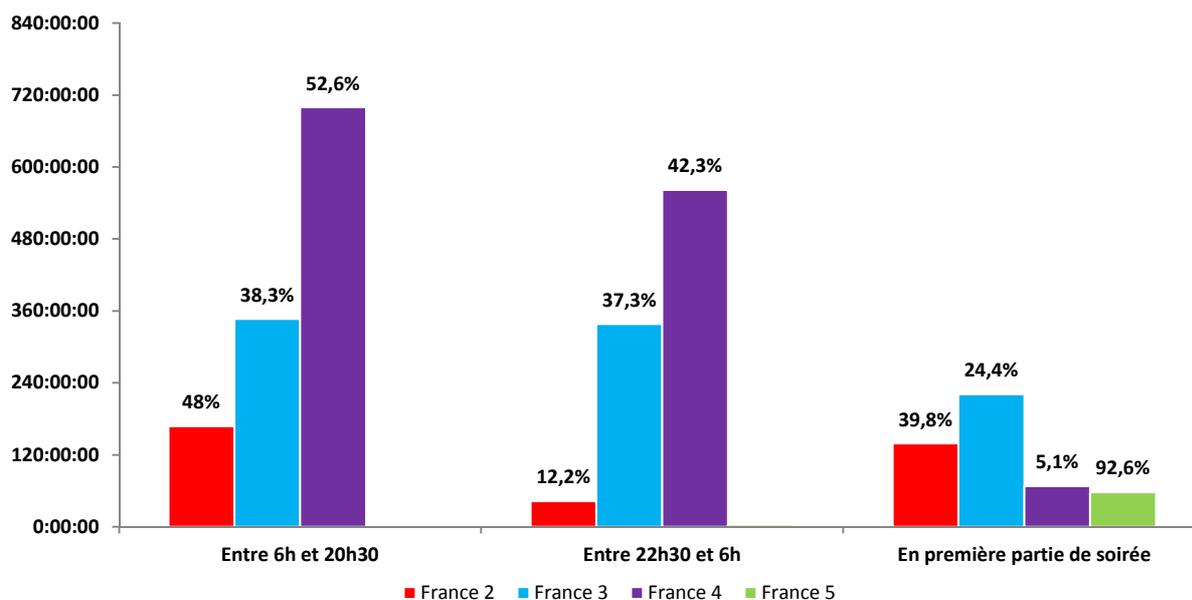
Avis de sorties, le dimanche et le lundi sur France 5, propose aussi des bandes annonces suivies d'une présentation très rapide des autres films mais aussi des reprises. Par ailleurs, le magazine *Entrée libre* présente l'actualité du monde du cinéma chaque jour de la semaine à 20h du lundi au vendredi.

Enfin, les journaux d'information et les magazines des différentes antennes de France Télévisions donnent régulièrement la parole à des acteurs et des réalisateurs.

Fiction télévisuelle

Article 9 (...) III La société veille à diversifier sur ses services de télévision les horaires de programmation des œuvres de fictions d'expression originale française, en ne les réservant pas exclusivement aux premières parties de soirée.

En 2013, France Télévisions a diffusé 2 645 heures de fiction d'expression originale (contre 3 264 heures en 2012) soit une baisse d'environ 600 heures, essentiellement due à une diminution du volume sur France 4 pendant la journée de 6h à 20h30.



Source : CSA – Direction des programmes

La fiction d'expression originale française est majoritairement diffusée en journée : 52,6% de l'offre de fiction française de France 4 (699h19), 48% de celle France 2 (167h45) et 38,3% de celle de France 3. Sur France 4, au sein de cette tranche horaire, les multidiffusions du programme *Plus belle la vie* a représenté plus de 85% de l'offre de fiction française de la chaîne.

Article 11 France Télévisions développe une action ambitieuse en matière de fiction audiovisuelle, en s'efforçant de proposer une offre originale et complémentaire sur ses services de télévision.

Elle favorise le renouvellement des écritures, des formats et des thèmes

L'effort doit porter notamment sur l'adaptation du patrimoine littéraire français et sur l'écriture de fictions abordant et éclairant les problématiques et les évolutions de la société contemporaine. La fiction doit également refléter toute la diversité de la société française.

L'ensemble des genres, de l'adaptation littéraire à la fiction historique, la comédie et le polar, et tous les formats (unitaires, collections, séries, programmes courts) a été présent sur l'ensemble des antennes de France Télévisions.

Sur France 2, la fiction s'est concentrée sur deux grands genres : la comédie contemporaine et la fiction policière. France 3, quant à elle, a privilégié une fiction audiovisuelle portant sur les problématiques de la vie quotidienne tout en s'efforçant de développer son ancrage dans un cadre régional.

France 4 s'est surtout orientée sur les fictions humoristiques au travers de la rediffusion des épisodes de *Fais pas ci, fais pas ça* et sur des séries étrangères fantastiques telles que *Dr Who* et *Teen Wolf*. L'offre de France 5, réduite en termes de volume horaire, s'est concentrée sur les fictions historiques (rediffusion d'*Un village français*) et sur les adaptations littéraires (rediffusions de la collection *Chez Maupassant*).

Enfin, France Ô a proposé une offre de fiction mettant en valeur l'ouverture sur le monde et le métissage des cultures : *L'Île au trésor*, *Les Mariés de l'île Bourbon* par exemple.

Thématiques traitées

A titre d'exemples :

Pour les adaptations du patrimoine littéraire. Sur France 2, *Les Petits Meurtres d'Agatha Christie*, *Les Dames de ...*; sur France 3, *Le Sang de la vigne*; Sur France 5, *Chez Maupassant*, *La Bicyclette bleue*.

Pour l'illustration de l'histoire nationale et européenne. Sur France 2, *Le Silence des églises*, *Silence d'Etat*; sur France 3, *Petit bout de France*, *La Rupture et Un village français*; Sur France 4, *Aïcha* ; sur France 5, *Accusé Mendès*; sur France Ô, *Opération Jaque*.

Pour le suivi de la société contemporaine : Sur France 2, *La Famille Katz*; Sur France 3, *Plus belle la vie* ; Sur France 4, *Le Ciel sur la tête*; sur France 4, *La Smala s'emmêle*.

Renouvellement des écritures

En 2013, France Télévisions indique avoir lancé un travail de formalisation des orientations stratégiques de France Télévisions en matière de fiction. Celui-ci a fait l'objet d'une présentation aux professionnels du secteur. Quatre périodes ont été fixées pour l'accueil des projets : les attentes des différentes chaînes du groupe ; les projets en cours ; la répartition entre les unitaires, les séries et les mini-séries et les niveaux d'apports moyens par projets.

Il est également mentionné que la politique d'investissement de France Télévisions en matière de fiction s'attachera à soutenir le développement de séries et de formats plus diversifiés.

Ces axes de travail seront développés en 2014.

Parmi les initiatives du groupe en 2013, on peut noter que la Direction des nouvelles écritures de France Télévisions a proposé une expérience interactive inédite autour des petits meurtres *d'Agatha Christie : meurtre au champagne* sur France 2. Dès le démarrage de la série à l'antenne, le téléspectateur est invité à trouver le coupable en se connectant sur son ordinateur ou sa tablette. Tout au long de l'épisode, ce dernier reçoit des indices et des questions et il est par ailleurs invité à les partager avec les autres téléspectateurs par les réseaux sociaux.

France 4 a par ailleurs poursuivi le développement du Studio 4.0, la plateforme dédiée à la web fiction. Cette initiative souhaite être le laboratoire de la fiction pour les jeunes auteurs, réalisateurs et producteurs. Le site internet qui lui est consacré héberge les coproductions développées au sein de la Direction des nouvelles écritures.

Documentaires

Article 12 France Télévisions s'efforce de conserver sa première place dans le documentaire et veiller à maintenir l'écart avec les chaînes privées en tant que diffuseur [...].
La société assure une programmation diversifiée en matière de documentaires et renforce la diffusion de ceux-ci sur l'ensemble de ses services notamment en première partie de soirée sur France 2 et France 3 et tout au long de la journée sur France 5 afin de contribuer à faire connaître et apprécier ce genre par un nombre croissant de téléspectateurs.

Le genre documentaire a représenté en moyenne près de 20% de toutes les diffusions du groupe, chiffre qui s'est élevé à près de 50% sur France 5.

	Offre de documentaires de France Télévisions					
	Ensemble diffusion		20h30-22h30		22h30-00h00	
	Volume Horaire	% sur l'offre globale de programmes	Volume Horaire	% sur l'offre globale de programmes	Volume Horaire	% sur l'offre globale de programmes
	898h55	10,3%	53h32	7,3%	140h48	25,7%
	728h25	8,3%	81h28	11,2%	75h37	13,8%
	684h41	7,8%	82h27	11,3%	97h57	17,9%
	4 149h51	47,4%	311h12	42,6%	123h55	22,6%
	1 713h52	19,8%	124h31	-	-	-
	8175h44	18,7%	528h39	18,1%	438h17	20%

Sources : CSA – Direction des programmes /Source France Télévisions pour France Ô.

Sur l'exposition de ce genre de programmes, l'ensemble des antennes a été alimentée par des documentaires. Ceux-ci ont représenté près de 8% à 50% de l'offre des antennes sur l'ensemble de la diffusion. Le documentaire a également une place significative en première partie de soirée tendant à croître sur France 2, France 3 et France 4 en deuxième partie de soirée. Au sein de cette dernière tranche horaire, France 5 a diminué quelque peu son offre celle-ci proposant à cette heure la rediffusion de son magazine quotidien *C'est dans l'air*.

Sur France 2, trois cases ont été consacrées au documentaire en 2013 :

- les documentaires diffusés en première partie de soirée en lien avec l'évènementialisation de l'antenne (*Apocalypse Hitler ; Drumont, l'histoire d'un antisémite français ; Le Clan Chirac, une famille au cœur du pouvoir ; Cash Investigation*) ;
- La case documentaire *Infrarouge*, diffusée en seconde partie de soirée le jeudi (*Régimes, la vérité qui dérange ; Au bonheur des riches ; Génération quoi ? ; La Traque des nazis*) ;
- La case *Grandeurs nature*, diffusée le dimanche après-midi, consacrée à la nature et au monde animal.

France 3 a également compté trois cases dédiées aux documentaires :

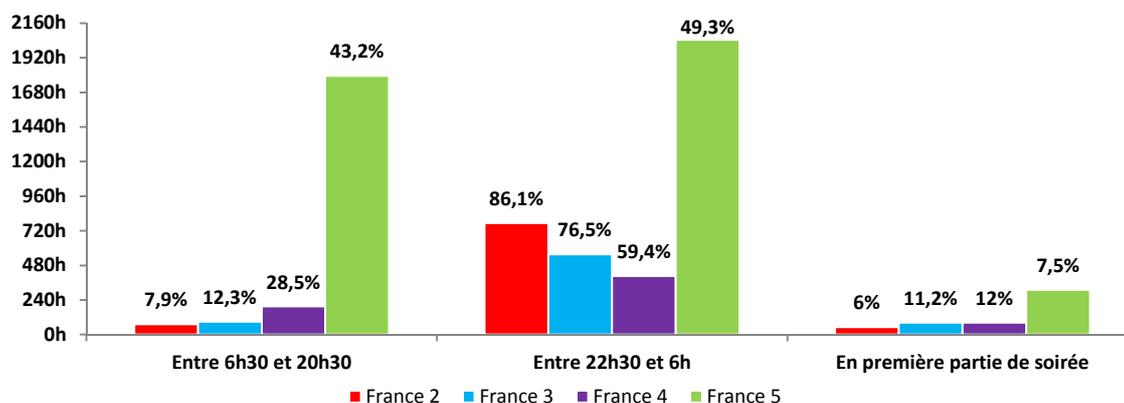
- *Histoire immédiate*, diffusée le mercredi puis le lundi en première partie de soirée (*DSK, l'homme qui voulait tout ; Aventure en Indochine 1946-1954 ; Affaire Merah : itinéraire d'un tueur*) ;
- *Docs Interdits* : case horaire consacrée aux documentaires le lundi puis le vendredi en deuxième partie de soirée (*Seuls contre Hitler ; Irak, quand la France a dit non à l'Amérique ; Le martyr des moines de Tibhirine*) ;
- *La case de l'oncle Doc*, le lundi en troisième partie de soirée (*La Cité du soleil, la Grande-Motte ; Une liberté sous contrôle ; Chroniques de la douleur*).

L'offre de documentaires de France 4 a été marquée en 2013 par la mise en place de nouvelles soirées documentaires diffusées en première partie de soirée comme *Off, Secrets et coulisses* (36 heures) et par la mise à l'antenne de documentaires consacrés à des corps de métiers (*Médecins de demain ; Hiver avec les sauveteurs du Mont Blanc ; Vêto junior*) ou des événements particuliers (*Ouragan Sandy*).

France 5 quant à elle a proposé en première partie de soirée deux grandes cases « documentaire » :

- *Doc du dimanche*, diffusée toutes les semaines à 20h45 (*Palme, une huile qui fait tâche ; Le Vrai Poids de nos aliments ; Nourriture low cost ; Pâtisserie, le beurre et l'argent du beurre*) ;
- La case *Le Monde d'en face*, diffusée chaque mardi soir en première et en deuxième partie de soirée (*Mariage gay, les enfants et alors ; La grande évasion fiscale ; Argentine, les 500 bébés volés*).

Ci-dessous la répartition de l'offre documentaire par tranche horaire sur l'ensemble des antennes :



Source : CSA – Direction des programmes

▪ Education aux médias

Article 15 France Télévisions développe l'éducation aux médias, tant sur ses services de télévision que sur tout autre support. France Télévisions s'attache à permettre aux téléspectateurs, et notamment les plus jeunes, de décrypter les procédés et les contenus proposés par les différents médias.

A l'antenne

France Télévisions propose plusieurs émissions qui permettent aux téléspectateurs de s'intéresser à l'actualité des médias.

- Sur France 3, *Votre Télé et vous* (magazine mensuel le mardi à 0h30) la médiatrice est l'intermédiaire entre les téléspectateurs et les rédactions de France 3).
- Sur France 5, *Médias le magazine*, le dimanche à 12h35, propose de décrypter l'actualité du paysage médiatique.

Sur internet

France Télévisions a développé dans son offre numérique des contenus spécifiques consacrés à l'éducation aux médias : Francetv éducation et le site.tv.

L'action de terrain

En 2013, la médiation de l'information de France 3 et la Direction des actions éducatives ont poursuivi l'organisation de rencontres et d'échanges avec les élèves et les enseignants. Enfin, La fondation d'entreprise France Télévisions soutient activement de nombreux projets qui visent à donner aux jeunes en situation de fragilité un accès à la culture et à l'audiovisuel.

▪ Programmes liés à l'Europe

Article 16 France Télévisions s'attache à intégrer la dimension européenne :

- dans l'ensemble de ses programmes (documentaires, fictions, jeux, spectacles vivants, etc.) ;
- dans des émissions spécifiquement consacrées à l'Europe (programmes courts, émissions régulières ou correspondant à des événements à caractère européen, etc.) ;
- dans les journaux et magazines d'information, qui accordent une large place à la connaissance des enjeux communautaires et à l'expression d'une identité européenne.

Afin de renforcer les liens entre les citoyens européens, elle diffuse des reportages ou des témoignages sur les modes de vie, les pratiques culturelles et les modèles socio-économiques de nos voisins.

Dans le but de favoriser une meilleure compréhension du fonctionnement démocratique des institutions européennes, la société s'attache à évoquer les institutions européennes et notamment du Parlement européen ainsi que les réalisations, les innovations et les apports particuliers des différents pays de l'Union européenne.

À cet effet, elle veille à la sensibilisation de ses journalistes aux questions européennes, notamment par la formation. Elle collabore également avec la société Euronews.

France 2

Télématin propose trois chroniques régulières consacrées à l'actualité européenne ou aux modes de vie européens:

- *Sans frontières*, une chronique européenne quotidienne diffusée après le JT de 7h avec un reportage sur un sujet européen (politique, économique, social, culturel...), commenté ensuite sur le plateau ou en direct d'une ville européenne ;

- une chronique consacrée, chaque samedi, aux Européens et à leur vie quotidienne ;
- deux chroniques culturelles : *L'Europe* et une chronique de 6 minutes sur l'Europe dans le *Bloc-Notes* culturel régulièrement consacré à l'Europe.

France 3

- *Soir 3*, propose, chaque soir du lundi au jeudi, un sujet d'actualité avec un regard européen ;
- *Avenue de l'Europe*, magazine européen de 20 minutes le samedi à 18h30. Chaque semaine, un thème de l'actualité des 27 pays de l'Union est abordé ;
- Chaque matin à 6 heures, France 3 diffuse des bulletins d'information de la société *Euronews*.

En région, France 3 propose une offre spécifique grâce à son implantation régionale et frontalière (France 3 Alsace, le *19/20* en Lorraine, le *19/20* de France Conté, le *19/20* en Nord-Pas de Calais ou le *19/20* de la région Languedoc-Roussillon).

En outre, des émissions généralistes abordent régulièrement des questions européennes. On peut citer notamment les magazines d'information (Sur France 2 : *Complément d'enquête*, *Envoyé spécial*, *Les Carnets de voyage* ; *Un œil sur la planète* ; Sur France 5 : *C dans l'air*, *C à dire*, *Revu & corrigé*, etc.), les magazines culturels et de découverte (*Des Racines et des ailes*, *Faut pas rêver*, *Le Grand Tour*), les documentaires, les émissions consacrées à la vie quotidienne (*Les Maternelles*), les jeux et les programmes de divertissements comme le concours Eurovision de la chanson.

■ Programmation

Article 19 les programmes de soirée débutent vers 20h35 sur toutes les chaînes de France Télévisions afin que tous les Français puissent avoir accès à une véritable deuxième partie de soirée, entre 22 heures et 22h30. Ces horaires sont adaptés à l'outre-mer (...)

Heure de démarrage des programmes en soirée

France Télévisions a fourni un tableau récapitulatif des heures de démarrage des programmes en 1^{ère} et 2^{ème} partie de soirée.

	Heure moyenne de démarrage des soirées en 2013 (hors programmations exceptionnelles)	
	Première partie de soirée	Deuxième partie de soirée
	20:49	22:46
	20:45	22:47 ¹
	20:46	22:16
	20:40	22:23
	20:45	22:27
Moyenne FTV	20:45	22:32

Source : France Télévisions

¹ Depuis sa création (mars 2013), le Grand Soir 3 est considéré comme une deuxième partie de soirée, ce qui vaut donc du lundi au jeudi, d'avril à juin et de septembre à décembre de cette même année 2013. Tous les autres soirs, où la chaîne a diffusé un Soir 3 « simple », la deuxième partie de soirée est constituée du programme diffusé après cette édition.

Les programmes de première partie de soirée ont débuté en moyenne à 20h45 comme annoncés dans les avant-programmes des chaînes et les programmes de deuxième partie soirée à 22h32.

En Outre-mer, les programmes de début de soirée des chaînes du réseau Outremer 1^{ère} tiennent compte des modes de vie ultramarins et débutent ainsi selon les stations à 19 heures, à 19h30 ou 19h45.

Déprogrammations

Article 19 [...] La société met en œuvre les règles de respect des horaires et de la programmation définies en accord avec le Conseil supérieur de l'audiovisuel.
Elle fait connaître ses programmes deux semaines avant leur diffusion et ne peut les modifier, dans ce délai, sauf circonstances particulières le justifiant.

Toutes les déprogrammations effectuées par France Télévisions en 2013 ont été motivées.

Leur liste figure à l'annexe 10.

Promotion de la programmation

Article 24 France Télévisions assure sur ses différents services la promotion à des fins d'information des programmes de ses services de télévision et de services de médias audiovisuels à la demande.
Elle diffuse gratuitement sur ses services de brèves séquences présentant le programme d'Arte, ainsi que des séquences produites par la société Radio France, selon des modalités définies d'un commun accord.

La promotion croisée des programmes des chaînes du groupe France Télévisions a été assurée quotidiennement par la diffusion de bandes annonces thématiques des programmes (*Ce soir sur France Télévisions*, *Événement France Télévisions*), des bandes annonces croisées ainsi que les bandes annonces *Groupe France Télévisions* qui annoncent des programmations communes des chaînes).

Le groupe public s'est également attaché à assurer la promotion de ses services de médias audiovisuels à la demande. Le renvoi aux sites internet de ses programmes ou à son service de télévision de rattrapage est systématisé.

Enfin, France Télévisions a diffusé gratuitement des séquences produites par Radio France.

Droit de grève et continuité du service public

Article 41 En cas de cessation concertée du travail, France Télévisions assure la continuité du service dans les conditions fixées par la législation et a réglementation en vigueur.

Selon ses déclarations, la société a respecté cette disposition.

▪ Langue française

Article 39 Tendant à être une référence dans l'usage de la langue française, France Télévisions contribue à sa promotion et à son illustration dans le cadre des recommandations du Conseil supérieur de l'audiovisuel.
Elle veille à l'usage et au respect de la langue française par le personnel intervenant sur ses services conformément aux dispositions de la loi n° 94-665 du 4 août 1994 et, notamment, proscrit les termes étrangers lorsqu'ils possèdent un équivalent en français.

Tout au long de l'année 2013, France Télévisions s'est montrée très attentive à l'emploi de la langue française sur ses antennes. Elle a rappelé régulièrement, notamment aux animateurs et journalistes du groupe, de proscrire l'emploi de termes étrangers lorsqu'un équivalent existait dans la langue nationale.

Ainsi, France Télévisions a fortement contribué à la promotion de la langue française, à travers ses programmes et son soutien à des événements culturels.

La langue française au sein des émissions régulières

Plusieurs émissions promeuvent la langue française en faisant une large place au vocabulaire par des jeux comme : *Harry, Motus, Slam, Des chiffres et des lettres* ou *Questions pour un champion (FR3)*.

Partenaire fidèle de la *Semaine de la langue française et de la Francophonie*, France Télévisions a fait la promotion de cette manifestation sur l'ensemble des chaînes du groupe, du 16 au 24 mars 2013, ainsi que sur les sites Internet du groupe qui ont alors relayé cette manifestation tout comme les émissions de jeux de France 2 telles que : *Tout le monde veut prendre sa place, Les Z'amours, Seriez-vous un bon expert ?, Mot de passe et Motus* ou de France 3 : *Slam, Harry, Questions pour un champion, Des chiffres et des lettres* en utilisant les mots de l'opération « Dis-moi dix mots ». France 5 a relayé la manifestation dans *Entrée libre* et a mis la langue française à l'honneur avec une émission spéciale de *La Grande Librairie* sur ce thème.

Les émissions culturelles et littéraires, quant à elles, permettent au public d'approfondir la connaissance de notre langue et de découvrir le patrimoine littéraire. Citons, sur France 2, *Ce soir (ou jamais !), Grand Public, Dans quelle éta-gère* ; sur France 3, *Le Monde d'après, L'Ombre d'un doute, Un livre un jour et Un livre toujours* ; sur France 5, *Entrée libre, Les Grandes Questions et La Grande Librairie* ; sur France Ô, *A nous deux, Le Lab.Ô*.

La Grande Librairie (France 5) a consacré deux émissions spéciales, l'une à « Langue française », le 14 mars, et l'autre à « Albert Camus », le 7 novembre, à l'occasion du centenaire de la naissance de cet auteur.

Deux autres émissions de la *Grande Librairie* sont à citer : l'une à l'occasion des vacances d'été, avec sa « valise idéale » de livres pour les vacances ; l'autre pour les fêtes de fin d'année où de grands artistes ont lu quelques-uns des plus beaux textes humoristiques de la littérature classique et contemporaine.

Avec la collection *Empreintes*, France 5 a proposé une série de documentaires sur des personnalités françaises, parmi lesquelles des écrivains, des essayistes ou des personnalités du monde littéraire. Par ailleurs, France Télévisions a fait la part belle à la création d'expression française et francophone avec une offre théâtrale et musicale particulièrement riche.

En 2013, le magazine *Espace francophone* a constitué un espace privilégié, sur France 3, de promotion et d'illustration de la langue française dans le monde avec une diversité de sujets culturels

et de société, de grands portraits de 52 minutes et des numéros consacrés à de grands événements mettant à l'honneur la francophonie dont un consacré aux célébrations du centenaire de la naissance d'Aimé Césaire (27 juin), un autre à l'actualité cinématographique du monde francophone (17 octobre).

Les prix littéraires décernés par France Télévisions

Chaque année, France Télévisions remet un prix « Roman », un prix « Essai », ainsi que le « Prix Océans France Ô » (ce dernier sera attribué en 2014). En 2013, le Prix Essai a été décerné à Nicolas Werth pour *La Route de Kolyma* (Belin) et Pierre Lemaitre a remporté le Prix Roman, pour *Au revoir là-haut*, (Albin Michel).

■ Promotion et apprentissage des langues étrangères

Article 39 Tendant à être une référence dans l'usage de la langue française, France Télévisions contribue à sa promotion et à son illustration dans le cadre des recommandations du Conseil supérieur de l'audiovisuel. Elle veille à l'usage et au respect de la langue française par le personnel intervenant sur ses services conformément aux dispositions de la loi n° 94-665 du 4 août 1994 et, notamment, proscrit les termes étrangers lorsqu'ils possèdent un équivalent en français.

(Voir en **annexe 11**)

L'offre en version multilingue

En 2013, avec des séries américaines chaque lundi soir, France 2 a poursuivi le développement de son offre de programmes en version originale sous-titrée.

Par ailleurs, la chaîne a inauguré la version multilingue dans la case cinéma du dimanche soir le 15 septembre à 20h45, en diffusant *Black Swan* de Darren Aronofsky et le 15 octobre à 20h45 le film *The social network* réalisé par David Fincher.

Conformément aux engagements du contrat d'objectifs et de moyens 2011-2015, France 4 propose depuis septembre 2011 des films, téléfilms et séries en version multilingue. En 2013, la chaîne a considérablement augmenté le nombre de diffusions de programmes en version multilingue. France 4 a ainsi su proposer certains programmes en anglais mais aussi en espagnol, italien, japonais, israélien ou coréen. Ce sont 363 programmes qui ont été proposés en version multilingue en 2013, contre 52 programmes en 2012.

Pour les autres chaînes du groupe, le développement du service multilingue reste soumis à des contraintes techniques importantes empêchant notamment la possibilité de proposer en même temps ce service et l'audio-description. Le Centre de diffusion et d'échanges, livrable en 2014/2015, devrait permettre l'extension de ce service à l'ensemble du groupe.

L'offre de cinéma en version sous-titrée

Dans le *Cinéma de minuit* France 3 diffuse le dimanche un film en version originale sous-titrée. 30 films étrangers (contre 32 en 2012) ont ainsi été proposés dans leur version originale en langue anglaise (20 films) ou italienne (10 films).

La promotion et l'apprentissage des langues étrangères dans l'offre jeunesse

En matière de programmes jeunesse, l'objectif de France Télévisions est de développer l'apprentissage, dont celui des langues, en particulier sur France 5. La chaîne a lancé, du lundi au samedi sans interruption depuis octobre 2013, une série d'animation en pâte à modeler de 26 épisodes d'un format de 5 minutes, intitulée *Kiwi*, qui propose un éveil interactif et réjouissant à l'anglais, spécifiquement adapté aux enfants âgés de 3 à 6 ans.

Les épisodes sont disponibles en télévision de rattrapage sur tous les supports numériques du groupe France Télévisions.

Les actions éducatives

En 2013, sur *francetv éducation*, la Direction des actions éducatives a poursuivi l'enrichissement de sa proposition de contenus dédiés à l'apprentissage des langues étrangères (en anglais et en allemand), en faisant appel à des thématiques variées.

Par ailleurs, les programmes en langues étrangères sont également disponibles sur *lesite.tv*, dont l'offre comprend à ce jour, plus de 300 vidéos.

▪ Nouvelles technologies et services de médias audiovisuels à la demande

Nouvelles technologies

Article 21 France Télévisions développe des nouveaux programmes et services permettant, sur les différents supports de la communication audiovisuelle, de prolonger, de rendre accessible, notamment en situation de mobilité, de compléter et d'enrichir son offre de programmes vis-à-vis du public.

À cette fin, elle s'attache à faire bénéficier le public des nouvelles techniques de production et de diffusion des programmes, services de communication audiovisuelle, ou tout service de communication au public en ligne.

Elle favorise la relation avec le public par l'utilisation de toutes les techniques de l'interactivité. Elle exploite notamment à ce titre tout service de communication au public par voie électronique permettant de compléter et d'enrichir, y compris au plan régional et local, les émissions qu'elle programme.

Elle participe au développement technologique de la communication audiovisuelle. Elle diffuse en particulier des messages d'information sur la télévision numérique et sur la perspective de l'extinction de la diffusion par voie hertzienne terrestre en mode analogique. Le contrat d'objectifs et de moyens définit les modalités de déploiement de l'offre de services de télévision par voie hertzienne terrestre en mode numérique en haute définition de France Télévisions.

Les émissions qu'elle diffuse comportent des informations pratiques sur les sujets traités et des références bibliographiques ou des renvois à des documents de toute nature permettant aux téléspectateurs de compléter leurs informations. La société veille à leur qualité et à ce que leur présentation n'ait pas un caractère publicitaire.

Une politique technologique ambitieuse pour la production et la diffusion

En 2013, France Télévisions a poursuivi le projet initié en 2012 de renouvellement des régies finales de France 2, France 3, France 4 et France 5, tout en continuant le processus d'industrialisation de la diffusion non linéaire.

Le Centre de diffusions et d'échanges, permettra la diffusion en HD native de l'ensemble des chaînes du groupe, sous réserve que la ressource hertzienne correspondante lui soit allouée, sa mise en fonction a été reportée de la fin de l'année 2013 au 2^{ème} semestre 2014.

Dans le cadre de l'avenant au contrat d'objectifs et de moyens 2013-2015 conclu le 22 novembre 2013 avec l'Etat, France Télévisions s'est engagée à proposer sur France 2, à l'horizon 2015, 100% de programmes en haute définition intégrale, de la captation jusqu'à la diffusion, entre 6h30 et minuit.

France Télévisions déclare qu'en 2013, France 2 a diffusé entre 6h30 et minuit, 63,4% de ses programmes en haute définition réelle (hors publicité et bandes annonces).

La diffusion « HD » de toutes les antennes de France Télévisions est préparée. Les régies finales de France 3 et de France 5 diffusent un signal en HD à destination des opérateurs câble et ADSL. En régions, les régies de France 3 sont renouvelées en HD au rythme du renouvellement naturel de ces équipements.

Au cours de cette même année, France Télévisions a poursuivi ses expérimentations et ses actions pour l'amélioration de la qualité de l'image et du son.

Une offre de services plus accessibles en situation de mobilité

La stratégie de France Télévisions est axée sur l'hyperdistribution, avec pour objectif d'optimiser l'exposition des contenus du service public sur l'ensemble des supports de communication (Internet, mobile, TV sur ADSL, etc.) et l'ensemble des terminaux (TV, PC, mobiles, terminaux nomades, etc.).

Services de médias audiovisuels à la demande (SMAD)

Article 22 France Télévisions conçoit et met à disposition des services de médias audiovisuels à la demande notamment afin d'assurer l'exposition de contenus de complément ou des contenus spécifiques conformes aux missions de service public confiées à France Télévisions. Ces services s'efforcent de garantir une exposition et un accès à l'ensemble des genres de programmes : fiction, séries, animation, documentaires, spectacle vivant, magazines, information, sport, programmes religieux, divertissement, programmes culturels, etc.

France Télévisions propose en particulier une offre de télévision de rattrapage permettant une nouvelle mise à disposition auprès du public des programmes diffusés sur ses services de télévision.

À compter de l'extinction de la diffusion par voie hertzienne terrestre en mode analogique des services de télévision sur l'ensemble du territoire métropolitain, l'ensemble des programmes diffusés sur les services de télévision de France Télévisions sont disponibles gratuitement pendant une période minimale de sept jours à compter de leur première diffusion à l'antenne, à l'exception des œuvres cinématographiques et, le cas échéant, des programmes sportifs.

Article 48 de la loi du 30 septembre 1986 dispose que

(...) "Cette société met en place les services de médias audiovisuels à la demande permettant la mise à disposition gratuite au public de l'ensemble des programmes qu'elle diffuse, à l'exception des œuvres cinématographiques et, le cas échéant, des programmes sportifs, pendant une période minimale de sept jours à compter de leur première diffusion à l'antenne".

Télévision de rattrapage

Le service *francetv pluzz* est maintenant largement distribué et installé dans les usages du public, que ce soit sur le web, mobile, et sur la télévision via les téléviseurs connectés ou les fournisseurs d'accès à Internet. En 2013, une hausse des usages sur mobile et tablette est observée, avec presque 8,2 millions de visites comptabilisées en décembre 2013 sur mobiles et tablettes (+50% par rapport à 2012).

70 000 programmes ont été proposés en télévision de rattrapage durant l'année 2013.

Dans la continuité du service de rattrapage, *Francetv Pluzz* propose également une meilleure prise en compte de l'accessibilité aux personnes handicapées, avec notamment de nombreux programmes en rattrapage disponibles en version sous-titrée pour les sourds et malentendants.

Offre de vidéo à la demande (VàD)

Le service de vidéo à la demande : « *pluzzvad* », disponible en paiement à l'acte (location et achat), en complément de « *pluzz* » (les programmes sont accessibles 8 jours après leur diffusion) a continué à être proposé en 2013. Ce service est désormais disponible sur le web, Free et Numéricable et propose une offre légale payante de plus de 6000 programmes qui s'enrichit chaque année de plus de 2000 nouveaux programmes.

Diffusion d'événements en direct

En 2013, France Télévisions a poursuivi sa politique de diffusion en direct sur les supports numériques de rencontres sportives sur le site *francetvsport.fr*, notamment à l'occasion du Tournoi des VI Nations de rugby, de Roland Garros du Tour de France ou de divers championnats de plusieurs disciplines dont France Télévisions détient les droits.

Un dispositif exceptionnel a permis cette année de suivre en direct et en vidéo le Tour de France sur tous les écrans.

France Télévisions a proposé en direct, sur le site francetvsport.fr, toutes les compétitions des Jeux des autres championnats donnant lieu à une captation.

Interactivité éducative

Francetv éducation met à disposition du public et en permanence un catalogue de plus de deux mille vidéos sélectionnées par leur qualité éducative.

Par ailleurs, *Lesite.tv* met à disposition des enseignants abonnés un catalogue de plus de trois mille vidéos, indexées par niveaux et point clé du programme scolaire, téléchargeables et accompagnées d'un livret pédagogique.

En 2013, ont eu lieu 2 master classes organisées, la première autour de l'un des programmes phares de l'antenne France Télévisions : *Master classe « Comment j'ai détesté les maths »* film événement, co-produit par le CNDP et *Master classe « On n'est pas que des cobayes »*. L'objectif de ces 2 événements était d'aller à la rencontre de la communauté du site, de valoriser les utilisateurs et de mettre en avant des démarches pédagogiques d'enseignants abonnés.

**

*

Le respect des obligations de l'article 60 à l'article 70 du cahier des charges portant sur les relations de France Télévisions et les autres organismes de l'audiovisuel est disponible en annexe 12.

II- La protection des publics

A. La protection de l'enfance

Article 36 France Télévisions veille au respect de la personne humaine et de sa dignité. Elle contribue, à travers ses programmes et son traitement de l'information et des problèmes de société, à la lutte contre les discriminations et les exclusions de toutes sortes.

La société s'abstient de diffuser des programmes susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs. A ce titre, la société s'abstient de diffuser des programmes comprenant des scènes de pornographie et de montrer, notamment dans les journaux télévisés, de la complaisance pour la violence.

Elle met en œuvre, pour l'ensemble de son offre de programmes, le dispositif relatif à la protection du jeune public, notamment la classification des programmes et la signalétique, défini en accord avec le Conseil supérieur de l'audiovisuel.

En cas de recours à des émissions de reconstitution de faits vécus, la société veille à montrer avec retenue et sans dramatisation complaisante la souffrance, le désarroi ou l'exclusion, et à informer le public de toute reconstitution ou scénarisation de faits réels.

Elle s'abstient, dans ses programmes, de solliciter le témoignage de mineurs placés dans des conditions difficiles dans leur vie privée lorsqu'il existe un risque de stigmatisation après la diffusion de l'émission, à moins d'assurer une protection totale de leur identité par un procédé technique approprié et de recueillir l'assentiment du mineur ainsi que le consentement des titulaires de l'autorité parentale.

▪ Composition du comité de visionnage

L'article 2 de la recommandation du 7 juin 2005 aux éditeurs de services de télévision concernant la signalétique jeunesse et la classification des programmes prévoit que « l'éditeur a recours à une commission de visionnage qui lui recommande une classification des programmes. La composition de cette commission est portée à la connaissance du CSA. »

France Télévisions ne dispose pas d'une commission de visionnage unique, mais de commissions au sein de chacune des chaînes, composées :

- Pour France 2, de la responsable éthique et réglementation de la chaîne et de son adjoint, de représentants des directions jeunesse, programmation, de la direction déléguée aux programmes chargée de la diversité ainsi que de représentants des unités « fiction », « documentaire » et « achats téléfilms / séries » ;
- Pour France 3, de représentants d'unités de programmes (fiction, magazines, documentaires, divertissements, achats, jeunesse, programmation, médiation info) ainsi que de représentants du service éthique et déontologie de la chaîne ;
- Pour France 4, de deux conseillers de programmes, du responsable de la programmation, d'un chargé de programmation et de la responsable éthique et réglementation de l'antenne ;
- Pour France 5, de membres de la direction de la programmation (sa directrice, deux adjointes ainsi que deux chargés de visionnage éditorial), du responsable du service déontologie de l'antenne ainsi que des conseillers de programmes (en fonction du type de programme concerné) ;
- Pour France Ô, de la secrétaire générale de l'antenne ainsi que de la directrice de la programmation ;
- Pour les chaînes du réseau Outre-mer 1^{ère}, du responsable déontologie, éthique et réglementation ainsi que d'une conseillère de programmes.

▪ Campagnes sur la protection des mineurs

La campagne sur la protection des enfants de moins de trois ans

Cette campagne est prévue par la **délibération du 22 juillet 2008** visant à **protéger les enfants de moins de trois ans des effets de la télévision, en particulier des services présentés comme spécifiquement conçus pour eux**. Le Conseil a souhaité également qu'elle porte sur la protection des enfants âgés de 3 à 6 ans, dans un souci de sensibilisation aux différentes étapes du développement de l'enfant.

Les éditeurs sont tenus de diffuser, sous la forme de leur choix (messages, reportages, sujets dans les journaux télévisés, émissions etc.), les informations mises à leur disposition par le Conseil, notamment sur son site internet, et visant à sensibiliser le public aux « *dangers présentés par la télévision en ce qui concerne les enfants de moins de trois ans* ».

En 2013, cette campagne devait être diffusée par toutes les chaînes pendant trois jours consécutifs, du dimanche 17 au mardi 19 novembre, pendant les heures de grande écoute.

	Nombre total de diffusions	Rappel du nombre total de diffusions en 2012
	6	7
	6	6
	9	8
	9	10
	9	4
 ⁴	95	37

Source : CSA - Direction des programmes

En 2013, les chaînes du groupe France Télévisions ont rediffusé le spot coproduit avec d'autres groupes audiovisuels pour cette campagne en 2009.

Le nombre et les horaires de diffusion constituent une exposition satisfaisante de cette campagne. En particulier, le Conseil constate l'effort réalisé par France Ô et par les chaînes du réseau Outre-mer 1^{ère}, sur lesquelles le nombre total de diffusions des messages a été multiplié par 2, 25 à 2,5.

Le film ayant été diffusé du 18 au 20 novembre sur France Ô et du 18 au 22 novembre sur les chaînes du réseau Outre-mer 1^{ère}, il rappelle que la période de diffusion des messages de la campagne doit respecter les dates prévues par le Conseil.

La campagne de sensibilisation à la protection du jeune public à la télévision

Cette campagne est prévue par l'**article 6 de la recommandation du 7 juin 2005** aux éditeurs de services de télévision concernant la signalétique jeunesse la classification des programmes.

Depuis 2011, le Conseil a décidé d'y associer la campagne sur le dispositif de protection de l'enfance et de l'adolescence prévue au **E du II de la délibération du 20 décembre 2011** relative à la protection du jeune public, à la déontologie et à l'accessibilité des programmes sur les services de médias audiovisuels à la demande.

⁴ Les chiffres indiqués pour le réseau Outre-mer 1^{ère} correspondent au cumul du nombre de diffusions sur toutes les stations ultramarines de France Télévisions (Nouvelle-Calédonie 1^{ère}, Guadeloupe 1^{ère}, Guyane 1^{ère}, Martinique 1^{ère}, Mayotte 1^{ère}, Polynésie 1^{ère}, Réunion 1^{ère}, Saint-Pierre et Miquelon 1^{ère}, Wallis et Futuna 1^{ère}).

En 2013, les éditeurs de télévision et de SMAD étaient tenus de diffuser les deux films créés par le Conseil en 2011, l'un à destination du public familial et l'autre à destination des enfants.

Cette campagne devait être diffusée par toutes les chaînes, en dehors des écrans publicitaires, pendant une période de trois semaines, du mercredi 20 novembre au mardi 10 décembre 2013 inclus. S'ils le souhaitaient, les éditeurs pouvaient prolonger cette diffusion jusqu'au 31 décembre 2013.

S'agissant de la diffusion télévisuelle du film à destination du public familial, le Conseil invitait les éditeurs à privilégier des horaires assurant une exposition maximale et un visionnage conjoint par les parents et les enfants, c'est-à-dire entre 19 heures et 23 heures. Quant à la diffusion du film destiné au jeune public, elle devait avoir lieu principalement aux horaires de grande écoute de celui-ci, c'est-à-dire entre 7 heures et 9 heures et entre 19 heures et 21 heures. Les chaînes à destination des enfants ne devaient diffuser que le message s'adressant à ces derniers en privilégiant la période entre 18 heures et 21 heures.

	Film famille		Film enfants		Nombre total de diffusions	Rappel 2012
	Nombre de diffusions	Dont nombre de diffusions 19h-23h	Nombre de diffusions	Dont nombre de diffusions 7h-9h et 19h-21h		
	20	8	22	9	42	42
	16	13	26	17	42	42
	42	21	36	36	78	42
	25	13	37	16	62	63
	41	33	43	40	84	64
	396	103	368	135	764	803

Source : CSA - Direction des programmes

Conformément au dispositif de protection de l'enfance et aux demandes du Conseil, les chaînes du groupe France Télévisions ont diffusé la campagne durant trois semaines consécutives, du 20 novembre au 10 décembre. Cette diffusion a été prolongée jusqu'au 15 décembre sur certaines chaînes du réseau Outre-mer 1^{ère}, ainsi que le permettait les modalités prévues par le Conseil.

Les chaînes ont assuré une exposition suffisante (France 2, France 3) voire satisfaisante (France 4, France 5, France Ô) de la campagne au regard du nombre de diffusions. France 4 et France Ô ont fourni un effort supplémentaire par rapport à 2012 en diffusant davantage les films de la campagne en 2013. Les films de la campagne ont également été diffusés sur les chaînes Outre-mer 1^{ère}, entre 0 et 4 fois par jour selon les stations.

Le Conseil avait demandé aux chaînes de privilégier la diffusion des films à des horaires assurant une exposition maximale pour les publics concernés, demande qui a été satisfaite par la plupart des chaînes, de façon plus relative par France 2.

⁵ Les chiffres indiqués pour le réseau Outre-mer 1^{ère} correspondent au cumul du nombre de diffusions sur toutes les stations ultramarines de France Télévisions (Nouvelle-Calédonie 1^{ère}, Guadeloupe 1^{ère}, Guyane 1^{ère}, Martinique 1^{ère}, Mayotte 1^{ère}, Polynésie 1^{ère}, Réunion 1^{ère}, Saint-Pierre et Miquelon 1^{ère}, Wallis et Futuna 1^{ère}).

Le Conseil a également demandé aux groupes audiovisuels d'organiser la mise à disposition de cette campagne, à la même période, sur tous leurs services de télévision de rattrapage et de vidéos à la demande. Les deux films devaient être proposés sur chaque service, en veillant à assurer une visibilité importante auprès du public et en privilégiant une insertion en début des flux vidéo (en « pré-roll »). Lorsque le service ne permettait pas cette insertion sur le plan technique, il était demandé aux groupes audiovisuels de favoriser une exposition de la campagne sur leur page d'accueil. En outre, il leur était demandé d'insérer, à la fin des films mis à disposition sur internet, un lien actif renvoyant directement sur le site du CSA « jeunepublic.csa.fr ».

	Nature du service (TVR, VAD, etc.)	Nombre de vues du film famille	Nombre de vues du film enfants	Nombre total de vues des films
Pluzz.fr	Service de vidéos à la demande	95 598 pages diffusées pour 1510 vues	37 334 pages diffusées pour 531 vues	132 932 pavés et pré-roll pour 2041 vidéos vues
France2.fr ; France 3.fr ; Regions.france3.fr ; France4.fr ; France5.fr ; FranceO.fr ; La1ere.fr	Sites internet des chaînes du groupe	1 004 515 pages diffusées pour 967 vues	241 947 pages diffusées pour 570 vues	1 246 462 pavés et pré-roll pour 1537 vues
Monludo.fr	Site internet interactif à destination des enfants	0	722 558 pavés diffusés pour 331 vues	722 558 pavés diffusés pour 331 vues
Francetvinfo.fr ; Francetvsport.fr	Plateformes numériques thématiques	105 pré-roll pour 2 vues	0	105 pré-roll pour 2 vues
Zouzou webTV	Web TV	270	238	508
Ludo.webTV	Web TV	42	184	226

Source : CSA - Direction des programmes

En mettant à disposition du 18 novembre au 10 décembre les films de la campagne sur le SMAD Pluzz.fr ainsi que sur les sites internet des chaînes et les plateformes numériques du groupe, sous forme de pré-roll et/ou de pavés vidéo, France Télévisions a permis une large exposition de la campagne.

France Télévisions a également diffusé cette campagne sur ses deux services de télévision en ligne à destination du jeune public (du 23 novembre au 3 janvier sur Ludo WebTV et du 26 novembre au 3 janvier sur Zouzou WebTV).

Enfin, les deux films de la campagne ont été mis à disposition sur la plateforme éducative France TV Education jusqu'au 6 décembre 2013, dans la rubrique « Décrypter / Education aux médias ». Le Conseil salue les efforts importants du groupe pour la mise à disposition de la campagne sur l'ensemble de ses services en ligne, tout en rappelant que, dans un souci de cohérence, la période de diffusion de la campagne doit, dans la mesure du possible, respecter les dates qu'il a définies.

▪ **Appréciation qualitative du respect du dispositif de protection du jeune public**

En 2013, le Conseil a relevé plusieurs manquements sur des chaînes du groupe France Télévisions. Ces interventions ont concerné la classification ou les horaires de diffusion de programmes, les conditions de diffusion de bandes-annonces d'auto-promotion et l'intervention d'un mineur dans le cadre d'une émission de télévision. Le Conseil est également intervenu au sujet d'un programme mis à disposition sur le service de vidéos à la demande **FranceTvPluzzVàD**.

Service concerné	Emission ou élément de programme concerné	Date et heure de diffusion	Manquement relevé	Nature de l'intervention du Conseil
CLASSIFICATION ET HORAIRES DE DIFFUSION DES PROGRAMMES				
Réunion 1 ^{ère}	<i>Mick Brisgau</i>	Le 16/11/12 à 17h50	Classification choisie (catégorie I) inadaptée	Courrier du 21 mai 2013 rappelant qu'il appartient à l'éditeur de s'assurer, avant diffusion, de la classification à adopter.
France 3	<i>Mission d'urgence</i>	Le 19/11/12	Classification choisie (catégorie I) inadaptée	Courrier du 22 janvier 2013 demandant d'apposer une signalétique de catégorie II en cas de rediffusion et de faire précéder ce documentaire d'un avertissement au public.
France 2	<i>13h15 le magazine</i>	Le 17/03/13 à 13h20	Classification choisie (catégorie I) inadaptée	Courrier demandant d'apposer une signalétique de catégorie II en cas de rediffusion, de faire précéder ce magazine d'un avertissement au public, et demande d'audition de la chaîne.
Guyane 1 ^{ère}	<i>Les experts à Miami</i>	Le 21/02/13 à 17h30	Horaires de diffusion inappropriés (diffusion d'un épisode signalisé en catégorie III en journée)	Mise en garde contre le renouvellement d'un manquement aux conditions de diffusion des programmes signalisés.
FranceTVPluzzVàD	<i>Les Kaïra</i>	-	Classification choisie (catégorie I) inadaptée	Courriel demandant d'accompagner à l'avenir ce film d'une signalétique de catégorie III.
BANDES-ANNONCES D'AUTO-PROMOTION				
Réunion 1 ^{ère}	Bande-annonce d'un épisode de la série <i>Les Experts à Manhattan</i>	7, 8, 9 et 10/02/13	Diffusions d'une bande-annonce dont le contenu était susceptible de heurter la sensibilité du jeune public	Courrier demandant de veiller au respect des conditions de diffusion des bandes-annonces et d'apporter au Conseil des précisions sur les procédures d'élaboration des bandes-annonces.

France 2	Bandes-annonces des films <i>Bug</i> , <i>Jusqu'en enfer</i> et <i>John Rambo</i>	23/07/13, 27/07/13, 18/08/13	Diffusion en journée d'annonces de trois films de catégorie IV dans un bloc intitulé « Votre soirée sur France 2 »	Courriel demandant à France Télévisions d'exercer sa vigilance sur les horaires de diffusion des bandes-annonces.
PARTICIPATION DES MINEURS				
France 2	<i>Télématin</i>	Le 04/09/12 à 6h32	Diffusion d'une séquence faisant intervenir un mineur et sa mère, sans que la chaîne n'ait recueilli l'autorisation du père de l'enfant	Rappel par courriel du 14 mai 2013 que les chaînes doivent s'assurer avec le plus de précautions possibles que tous les titulaires de l'autorité parentale consentent effectivement à la diffusion de l'image d'un mineur.

Source : CSA – Direction des programmes

Par ailleurs, après avoir constaté que plusieurs chaînes de télévision n'avaient pas respecté les conditions prévues par la délibération du 17 avril 2007 dans des journaux télévisés diffusés à la suite du suicide survenu le 16 mai 2013 dans le groupe scolaire La Rochefoucauld à Paris, le Conseil les a mises en garde dans un communiqué du 22 mai 2013. Il a par la suite mené une concertation avec les éditeurs au sujet des témoignages de mineurs, afin de veiller, au-delà des conditions d'information particulières en cas d'événement tragique, au respect primordial de l'intérêt supérieur de l'enfant. À l'issue de ces échanges, le Conseil a envoyé un courrier de rappel de la réglementation aux éditeurs.

■ Appréciation quantitative de l'application de la signalétique

Volume horaire et répartition des programmes signalisés

Volume annuel des catégories de programmes et répartition par tranches horaires⁶

							
Volume horaire		6h-20h30	1 ^{ère} partie de soirée (20h30-22h)	22h-minuit	Après minuit	Total journée	Rappel 2012
Programmes Tous publics		5049 h 99 %	427 h 80,4 %	560 h 78,3 %	2001 h 92,3 %	8037 h 94,4 %	8381 h
Programmes signalisés		53 h 1 %	104 h 19,6 %	155 h 21,7 %	166 h 7,7 %	478 h 5,6 %	403 h
DONT	Déconseillés - 10 ans	53 h 1 %	92 h 17,3 %	120 h 16,8 %	112 h 5,2 %	377 h 4,4 %	315 h

⁶ Les pourcentages se lisent ainsi : entre 6 heures et 20h30, 99 % des programmes diffusés sur France 2 étaient des programmes « tous publics » et 1 % étaient des programmes « déconseillés aux moins de 10 ans ». La base de calcul est constituée du volume horaire total de diffusion de la chaîne (8760 heures) auquel ont été retirées les bandes-annonces d'autopromotion, afin que ces dernières ne soient pas comptabilisées dans le volume des programmes signalisés.

	Déconseillés - 12 ans	-	12 h ⁷ 2,3 %	32 h 4,5 %	43 h 2 %	87 h 1 %	77 h
	Déconseillés - 16 ans	-	-	3 h 0,4 %	11 h 0,5 %	14 h 0,2 %	12 h

Source : CSA – Direction des programmes

En 2013, les programmes signalisés ont représenté 5,6 % de l'ensemble de la programmation de France 2. S'il reste relativement bas, ce taux a augmenté par rapport à 2012 (+19 %), et cette progression concerne toutes les catégories de programmes.

L'article 1^{er} de la recommandation du 7 juin 2005 prévoit que « l'éditeur veille à ce que, entre 6 heures et 22 heures (...) la violence, même psychologique, ne puisse être perçue comme continue, omniprésente ou présentée comme unique solution aux conflits ». ⁸ Or, l'augmentation du volume horaire des contenus signalisés sur France 2 est également notable entre 6 heures et 22 heures (+21 %). Néanmoins, les programmes signalisés restent à un niveau très modéré sur cette période (157 heures, ce qui représente moins de 3 % de la programmation).

3							
Volume horaire	6h-20h30	1 ^{ère} partie de soirée (20h30-22h)	22h-minuit	Après minuit	Total journée	Rappel 2012	
Programmes Tous publics	5023 h 99,1 %	457 h 84,9 %	617 h 86,9 %	2041 h 95,6 %	8138 h 96,3 %	8486 h	
Programmes signalisés	45 h 0,9 %	81 h 15,1 %	93 h 13,1 %	94 h 4,4 %	313 h 3,7 %	298 h	
DONT	Déconseillés - 10 ans	45 h 0,9 %	69 h 12,8 %	74 h 10,4 %	52 h 2,4 %	240 h 2,8 %	226 h
	Déconseillés - 12 ans	-	12 h 2,2 %	18 h 2,5 %	33 h 1,5 %	63 h 0,7 %	69 h
	Déconseillés - 16 ans	-	-	1 h 0,1 %	9 h 0,4 %	10 h 0,1 %	2 h

Source : CSA – Direction des programmes

Les programmes signalisés ont représenté 3,7 % de la programmation de France 3 en 2013. Ce taux, qui demeure faible, a augmenté par rapport à 2012 (+5 %), ce qui suit dans une moindre mesure la tendance déjà observée entre 2011 et 2012. Cette hausse provient de l'augmentation des programmes déconseillés aux moins de 10 ans (entre 20h30 et minuit) et déconseillés aux moins de 16 ans (après minuit).

⁷ Sur le nombre de programmes de catégorie III diffusés avant 22 heures, cf. paragraphe spécifique ci-après.

⁸ Cet article a été modifié comme suit par la délibération du 5 mars 2014 : « L'éditeur veille à ce que, entre 6 heures et 22 heures, la violence, même psychologique, ne puisse être perçue comme continue, présentée comme unique solution aux conflits ou exprimée de manière exacerbée. »

Cette augmentation n'a pas été ressentie entre 6 heures et 22 heures, période sur laquelle le volume des programmes signalisés est resté stable sur la chaîne (126 heures, ce qui représente 2 % de la programmation).

							
Volume horaire	6h-20h30	1 ^{ère} partie de soirée (20h30-22h)	22h-minuit	Après minuit	Total journée	Rappel 2012	
Programmes Tous publics	4613 h 89,6 %	418 h 78 %	543 h 75,1 %	1839 h 88,7 %	7413 h 87,4 %	7730 h	
Programmes signalisés	537 h 10,4 %	118 h 22 %	180 h 24,9 %	234 h 11,3 %	1069 h 12,6 %	1055 h	
DONT	Déconseillés - 10 ans	537 h 10,4 %	100 h 18,7 %	141 h 19,5 %	176 h 8,5 %	954 h 11,2 %	901 h
	Déconseillés - 12 ans	-	18 h 3,4 %	35 h 4,8 %	53 h 2,6 %	106 h 1,2 %	139 h
	Déconseillés - 16 ans	-	-	4 h 0,6 %	5 h 0,2 %	9 h 0,1 %	15 h

Source : CSA – Direction des programmes

Le volume horaire total des programmes signalisés sur France 4 a légèrement augmenté entre 2012 et 2013 (+1 %), poursuivant dans une moindre mesure la hausse de 16 % notée par le Conseil entre 2011 et 2012. En 2013, cette progression est due à l'augmentation du volume des programmes déconseillés aux moins de 10 ans (+6 %). En revanche, le volume horaire des programmes déconseillés aux moins de 12 ans a diminué, de même que celui des programmes déconseillés aux moins de 16 ans.

Poursuivant la tendance déjà observée en 2012, les programmes signalisés ont également progressé sur France 4 entre 6 heures et 22 heures (+3 %). Avec 655 heures, ils représentent 11,5 % de la programmation.

En première partie de soirée, le niveau des programmes signalisés est assez élevé sur France 4 (22 % de la programmation), mais en baisse par rapport à 2012 (-8 %).

						
Volume horaire	6h-20h30	1 ^{ère} partie de soirée (20h30-22h)	22h-minuit	Après minuit	Total journée	Rappel 2012
Programmes Tous publics	5163 h 99,9 %	531 h 99,1 %	709 h 99,2 %	2128 h 98,2 %	8531 h 99,4 %	8738 h
Programmes signalisés	3 h 0,1 %	5 h 0,9 %	6 h 0,8 %	38 h 1,8 %	52 h 0,6 %	45 h

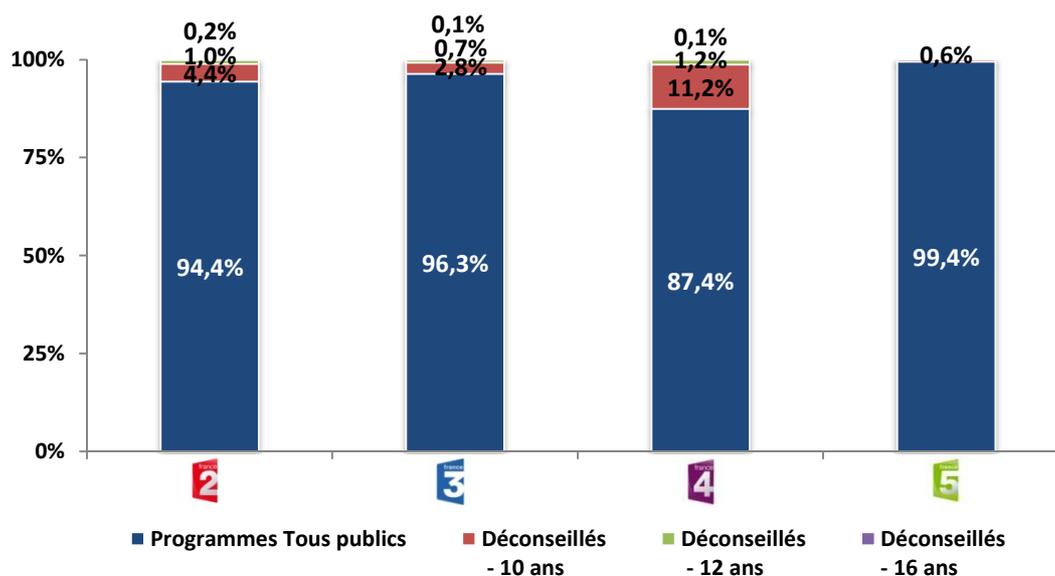
DONT	Déconseillés - 10 ans	3 h 0,1 %	5 h 0,9 %	6 h 0,8 %	34 h 1,6 %	48 h 0,6 %	43 h
	Déconseillés - 12 ans	-	0 h	0 h	4 h 0,2 %	4 h 0 %	2 h
	Déconseillés - 16 ans	-	-	0 h	0 h	0 h	0 h

Source : CSA – Direction des programmes

Malgré une légère augmentation par rapport à 2012, le volume horaire total des programmes signalisés sur France 5 reste marginal (52 heures, soit 0,6 % de la programmation). Il s'agit presque exclusivement de programmes déconseillés aux moins de 10 ans.

Entre 6 heures et 22 heures, les programmes signalisés sont très peu nombreux (8 heures), représentant 0,1 % de la programmation de la chaîne.

Répartition des programmes par catégories sur les chaînes du groupe



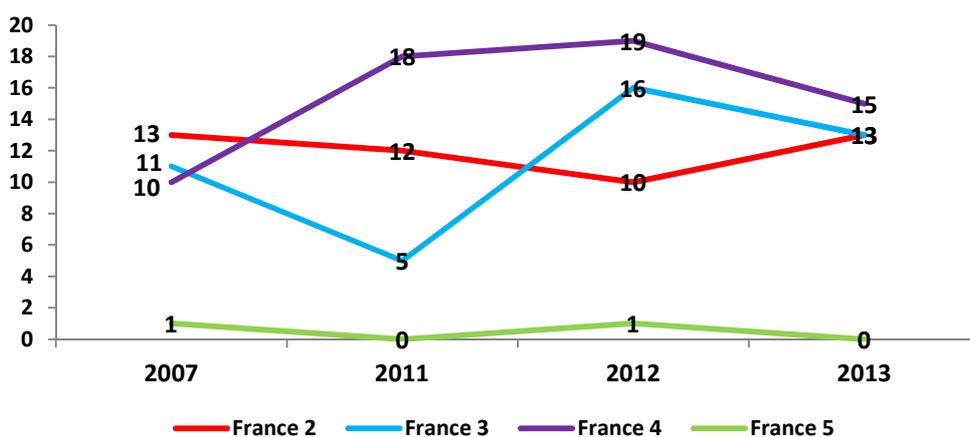
Source : CSA – Direction des programmes

Sur les quatre chaînes, on constate que le niveau des programmes signalisés est limité. En outre, la quasi-totalité de ces programmes relèvent de la catégorie II (déconseillés aux moins de 10 ans). Comme en 2012, il convient toutefois de relever que France 4 est la chaîne qui comporte la part la plus élevée de programmes signalisés, et que le volume horaire de ces contenus est en progression (cf. *supra*).

Evolution du nombre de programmes de catégorie III diffusés avant 22 heures

L'article 3 de la recommandation du 7 juin 2005 prévoit que les programmes de catégorie III (« déconseillés aux moins de 12 ans ») diffusés sur les chaînes cinéma et les services de paiement à la séance ne doivent pas être diffusés le mercredi avant 20h30. Pour les autres services de télévision, « ces programmes ne doivent pas être diffusés avant 22 heures. À titre exceptionnel, il peut être admis une diffusion après 20 heures 30 de programmes de cette catégorie, sauf les mardis, vendredis, samedis, veilles de jours fériés et pendant les périodes de vacances scolaires. Pour les œuvres cinématographiques interdites en salle aux mineurs de douze ans, le nombre de ces exceptions ne peut excéder quatre par an »¹.

Nombre de programmes de catégorie III diffusés avant 22 heures entre 2007 et 2013



Source : CSA – Direction des programmes

En 2013, **France 2** a diffusé 13 programmes de catégorie III en première partie de soirée (diffusés en totalité ou seulement en partie avant 22 heures), un chiffre un peu plus haut qu'en 2012. Ces programmes se répartissent ainsi : 2 œuvres cinématographiques interdites en salles aux mineurs de 12 ans, 4 œuvres cinématographiques ayant reçu un visa « tous publics avec avertissement » diffusées avec une signalétique de catégorie III à la télévision, 4 numéros de magazine, 2 téléfilms et un épisode de série.

France 3 a également diffusé 13 programmes de catégorie III en première partie de soirée en 2013. Il s'agit d'un chiffre en baisse par rapport à 2012. Ces programmes se répartissent ainsi : 2 œuvres cinématographiques interdites en salles aux mineurs de 12 ans, 3 œuvres cinématographiques ayant reçu un visa « tous publics avec avertissement » diffusées avec une signalétique de catégorie III à la télévision, 6 épisodes de séries et 2 documentaires.

France 4 a diffusé 15 programmes de catégorie III en première partie de soirée en 2013. Ce chiffre est en baisse par rapport à 2012, ce qui fait suite à la remarque formulée par le Conseil dans le précédent bilan (due aux 19 diffusions constatées en 2012). Parmi ces 15 programmes, France 4 a diffusé 4 œuvres cinématographiques interdites en salles aux mineurs de 12 ans et 11 œuvres cinématographiques ayant reçu un visa « tous publics » ou « tous publics avec avertissement » diffusées avec une signalétique de catégorie III à la télévision.

France 5 n'a diffusé aucun programme de catégorie III en première partie de soirée en 2013.

B. La protection des consommateurs

▪ Publicité

Article 28 Les programmes diffusés entre vingt heures et six heures des services nationaux de télévision de France Télévisions, à l'exception des programmes régionaux et locaux, ne comportent pas de messages publicitaires autres que ceux pour des biens ou services présentés sous leur appellation générique.

Cette disposition s'applique également aux programmes diffusés par ces services entre six heures et vingt heures à compter de l'extinction de la diffusion par voie hertzienne terrestre en mode analogique des services de télévision sur l'ensemble du territoire métropolitain.

Elle ne s'applique pas aux campagnes d'intérêt général.

A l'extinction de la diffusion par voie hertzienne terrestre en mode analogique des services de télévision sur le territoire d'un département d'outre-mer, d'une collectivité d'outre-mer ou de Nouvelle-Calédonie, et au plus tard le 30 novembre 2011, les programmes de télévision de la société diffusés sur le territoire de la collectivité en cause ne comportent pas de messages publicitaires autres que ceux pour des biens ou services présentés sous leur appellation générique, sous réserve de l'existence d'une offre de télévision privée diffusée par voie hertzienne terrestre en clair.

Article 30 Le temps consacré à la diffusion de messages publicitaires pour chacun des services de télévision édités par la société ne peut être supérieur :

- à six minutes par heure d'antenne en moyenne quotidienne sans pouvoir dépasser huit minutes pour une heure d'horloge donnée. Chaque séquence de messages publicitaires est limitée à quatre minutes ;

- à six minutes par heure d'antenne en moyenne annuelle, sans pouvoir dépasser douze minutes pour une heure d'horloge donnée sur les services de télévision régionaux et locaux spécifiquement destinés à l'outre-mer.

Pour l'application du présent article, l'heure d'horloge donnée s'entend au sens du dernier alinéa du V de l'article 15 du décret du 27 mars 1992 susvisé.

Lorsque des messages d'intérêt général sont insérés dans les séquences de messages publicitaires, ils ne sont pas comptabilisés pour les limitations de temps d'antenne définies ci-dessus.

Le détail des volumes de diffusion des messages publicitaires figure dans le tableau ci-après :

DUREE DES MESSAGES PUBLICITAIRES SUR LES SERVICES NATIONAUX

	Publicité de marque		Publicité collective		Publicité d'intérêt général	
	Avant 20h	Après 20h*	Avant 20h	Après 20h	Avant 20h	Après 20h
	397h52min51s	06min45s	5h22min17s	1h32min31s	5h00min33s	1h40min16s
	368h33min08s	01min12s	6h39min20s	1h47min01s	5h37min51s	1h57min46s
	178h14min48s	-	10h36min37s	-	01min23s	-
	316h11min28s	-	5h51min59s	43min18s	04min52s	1h23min07s
	234h57min46s	-	5h24min51s	1h45min49s	1h59min40s	1h23min07s
	34h02min21s	-	01min	-	5h33min01s	-
Total	1529h52min22s	07min57s	33h46min04s	05h48min39s	22h13min20s	6h25min04s

* Publicité de marques diffusées après 20h correspondant aux écrans publicitaires exceptionnels autorisés par le CSA pour les émissions Sidaction et Téléthon.

Moyenne horaire quotidienne (six minutes)

France Télévisions déclare avoir respecté la limite du temps de publicité autorisé par heure d'antenne en moyenne quotidienne sur l'ensemble de l'année 2013.

La durée moyenne la plus basse et la durée moyenne la plus élevée des messages publicitaires par heure d'antenne, pour chaque mois de l'année 2013 sont les suivantes :

Durée en minutes et secondes sur une base quotidienne de 24 heures		France 2	France 3 national + Paris-Île-de-France-Centre	France 4	France 5	France Ô
Janvier	<i>Durée moyenne minimum</i>	00min50s	01min32s	00min28s	01min06s	00min04s
	<i>Durée moyenne maximum</i>	02min36s	02min53s	02min12s	01min57s	00min31s
Février	<i>Durée moyenne minimum</i>	01min44s	01min44s	01min38s	01min14s	00min11s
	<i>Durée moyenne maximum</i>	03min29s	03min14s	02min29s	01min57s	00min31s
Mars	<i>Durée moyenne minimum</i>	01min53s	01min54s	01min26s	01min16s	00min07s
	<i>Durée moyenne maximum</i>	03min50s	03min17s	02min39s	02min12s	00min31s
Avril	<i>Durée moyenne minimum</i>	02min02s	01min35s	01min56s	01min21s	00min06s
	<i>Durée moyenne maximum</i>	03min17s	03min36s	03min11s	02min06s	00min32s
Mai	<i>Durée moyenne minimum</i>	01min18s	02min17s	01min46s	01min13s	00min06s
	<i>Durée moyenne maximum</i>	03min27s	03min11s	02min58s	01min58s	00min27s
Juin	<i>Durée moyenne minimum</i>	01min47s	02min11s	01min48s	01min23s	00min11s
	<i>Durée moyenne maximum</i>	03min15s	03min13s	02min54s	01min58s	00min29s
Juillet	<i>Durée moyenne minimum</i>	00min56s	01min45s	01min16s	00min53s	00min04s
	<i>Durée moyenne maximum</i>	03min17s	02min44s	02min33s	01min43s	00min21s
Août	<i>Durée moyenne minimum</i>	00min52s	01min06s	00min50s	00min36s	00min02s
	<i>Durée moyenne maximum</i>	03min07s	02min41s	02min02s	01min33s	00min09s
Septembre	<i>Durée moyenne minimum</i>	01min36s	01min54s	01min43s	00min58s	00min06s
	<i>Durée moyenne maximum</i>	03min55s	03min25s	02min52s	02min16s	00min24s
Octobre	<i>Durée moyenne minimum</i>	02min02s	02min25	01min57s	01min42s	00min06s
	<i>Durée moyenne maximum</i>	04min05s	03min31s	03min20s	02min29s	0min18s
Novembre	<i>Durée moyenne minimum</i>	01min39s	02min07s	02min09s	01min37s	00min09s
	<i>Durée moyenne maximum</i>	03min22s	03min24s	03min02s	02min10s	00min22s
Décembre	<i>Durée moyenne minimum</i>	01min17s	01min29s	00min42s	00min51s	00min02s
	<i>Durée moyenne maximum</i>	03min39s	03min22s	03min04s	02min08s	00min20s

Source : France Télévisions

Temps publicitaire pour une heure donnée (huit minutes maximum)

France Télévisions déclare avoir respecté la limite du temps de publicité pour une heure donnée sur l'ensemble de l'année 2013.

Interventions du Conseil

Diffusion de messages publicitaires

Le 23 janvier, le Conseil a mis en garde les responsables de France Télévisions après avoir relevé sur Martinique 1^{ère} une interruption publicitaire et la diffusion de bandes-annonces entre les deux parties du journal d'information de 19 heures. Il a indiqué qu'aucune demande d'autorisation de France Télévisions ne lui avait été adressée et que les différentes parties de ce journal ne pouvaient être regardées comme des « parties autonomes », condition requise par l'article 29 du cahier des charges qui prévoit qu'un programme autre qu'une œuvre audiovisuelle puisse être interrompu par de la publicité avant 20 heures. Le 25 février, France Télévisions a soumis à l'agrément du Conseil une nouvelle formule du journal d'information de la chaîne, dans l'objectif de se mettre en conformité. Après avoir procédé au visionnage de plusieurs journaux d'information diffusés sur Martinique 1^{ère}, ainsi que sur d'autres chaînes du réseau ultramarin, le Conseil a constaté des manquements similaires sur Réunion 1^{ère}. Le 31 juillet, il a donc demandé à France Télévisions de veiller au strict respect de la réglementation sur l'ensemble des chaînes du réseau Outre-mer 1^{ère}.

Le 25 avril, le Conseil a mis en garde Guyane 1^{ère} après avoir relevé la diffusion de plusieurs écrans publicitaires après 20 heures durant le mois de janvier.

Emploi de la langue française

Après avoir constaté que trois mentions diffusées dans des publicités comportaient des termes en anglais non traduits, le Conseil a rappelé à Réunion 1^{ère} le 28 janvier que l'article 20-1 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 dispose que l'emploi du français est obligatoire dans les messages publicitaires.

Publicité clandestine

Le 1^{er} octobre, le Conseil a mis en demeure France Télévisions de se conformer aux dispositions de l'article 9 du décret du 27 mars 1992 qui prohibe la publicité clandestine après avoir relevé sur France 2, dans l'émission *Stade 2* du 14 juillet 2013, une présentation laudative d'un ouvrage consacré à l'histoire du Tour de France. Il a considéré que l'éditeur avait fait preuve de complaisance à son égard.

Ce même jour, le Conseil, a décidé de mettre en garde France Télévisions contre le renouvellement des manquements constatés dans les journaux télévisés de France 2 du 30 juin et du 7 juillet 2013. En effet, il a estimé que deux séquences, durant lesquelles avaient été présentés des ouvrages écrits par des collaborateurs de la chaîne, étaient constitutives de publicité clandestine eu égard à leurs présentations appuyées et détaillées. Il a en outre regretté, dans le cas de la présentation d'un de ces livres, que d'autres ouvrages sur le même thème n'aient pas été évoqués en vue d'assurer une information complète et pluraliste aux téléspectateurs.

Le 28 janvier 2014, le Conseil a mis en garde Réunion 1^{ère} après avoir relevé dans le programme *Miss Réunion 2013* de nombreux manquements aux règles relatives à la publicité et au parrainage. Concernant la publicité, le Conseil a constaté que de nombreuses marques ou entreprises, qui

n'étaient par ailleurs pas parrains de cette émission, ont été citées et/ou visualisées lors de la remise des lots à la gagnante. Plusieurs marques de vêtements ont également été citées et leur collection présentée lors d'un défilé de mode.

Jeux et Concours

Le Conseil est intervenu auprès de Guadeloupe 1^{ère} le 25 avril, pour lui demander de veiller aux dispositions applicables aux modules de concours, à la suite de la diffusion de modules de concours indépendamment de toute émission. Il lui a par ailleurs demandé de veiller à l'application de la délibération du 4 décembre 2007 relative aux incitations à utiliser des services SMS ou téléphoniques surtaxés, après avoir relevé des pratiques pour lesquelles le prix était indiqué dans des caractères largement inférieurs à ceux du numéro du service. De plus, les conditions de jeu de ces concours n'étaient pas précisées.

Dans sa lettre à Réunion 1^{ère} du 28 janvier, le Conseil a également signalé des pratiques contrevenant à la délibération précitée. En effet, il a constaté la diffusion, pendant l'émission *Miss Réunion 2013*, de bandeaux invitant les téléspectateurs à utiliser un service SMS pour voter. Or, le coût de la communication apparaissait dans une taille très inférieure à celle du numéro d'appel.

Article 31 Le montant des recettes à provenir d'un même annonceur, quel que soit le nombre de ses produits ou services, ne peut excéder 8% des recettes définitives que la société perçoit au titre de la publicité de marques pour une année déterminée pour chaque service qu'elle édite. Pour les services destinés à l'outre-mer, il ne peut excéder, pour chacun d'entre eux, 10% des recettes définitives perçues au titre de la publicité de marques pour une année déterminée

France Télévisions déclare ne pas avoir respecté les termes de cet article pour Mayotte 1^{ère} (22,9%), Polynésie 1^{ère} (15,7%) et Wallis-et-Futuna 1^{ère} (100%), en raison de l'étroitesse du marché publicitaire de ces territoires.

▪ Parrainage

Article 33 France Télévisions peut faire parrainer les émissions de ses services de télévision à l'exception des émissions d'information politique, de débats politiques et des journaux d'information.
En outre, les émissions relatives à la santé ne peuvent être parrainées par les entreprises et les établissements pharmaceutiques visés aux articles L. 5124-1 à L. 5124-18 du code de la santé publique.
Les sociétés parrainant les émissions doivent être clairement identifiées en tant que telles au début ou à la fin de l'émission narrainée.

REPARTITION DES PARRAINAGE SELON LES SERVICES DE TELEVISION CONCERNES

Service de télévision	Nombre de contrats de parrainage
 2	197
 3 national	188
 3 régions	153
 4	29
 5	44
 6	30
 1	540

Source : France Télévisions

Intervention du Conseil

Dans son courrier du 28 janvier à Réunion 1^{ère}, le Conseil est également intervenu pour des manquements aux règles du parrainage. Il a ainsi relevé que le jury chargé de désigner les gagnantes du concours était majoritairement composé de représentants des parrains de l'émission et que les candidates portaient parfois des tenues des parrains. Ainsi, le Conseil a considéré que plusieurs éléments tendaient à démontrer l'influence des parrains sur le contenu de l'émission. De plus, il a rappelé l'interdiction d'avoir recours à un slogan publicitaire pour identifier un parrain d'une émission.

▪ Placement de produit

Le Conseil n'est pas intervenu auprès de France Télévisions en matière de placement de produit en 2013.

▪ Téléachat

Article 34 France Télévisions ne diffuse pas d'émissions de téléachat.

France Télévisions déclare avoir respecté les termes de cet article.

▪ Communication commerciales en faveur aux opérateurs de jeux d'argent et de hasard

Le 28 janvier, le Conseil a indiqué à Réunion 1^{ère} qu'un des parrainages du programme *Miss Réunion 2013* méconnaissait les dispositions de la délibération du 22 janvier 2013 relative aux conditions de diffusion, par les services de télévision et de radio, des communications commerciales en faveur d'un opérateur de jeux d'argent et de hasard légalement autorisé. En effet, celui-ci n'était pas accompagné d'un message de mise en garde contre le jeu excessif ou pathologique.

▪ Dispositions spécifiques aux services de la radio

Publicité

Article 57 La programmation des messages publicitaires diffusés sur les services de radio édités par France Télévisions doit être conforme aux dispositions du décret n° 87-239 du 6 avril 1987 susvisé.
 Seule la publicité pour des biens ou services présentés sous leur appellation générique est autorisée dans les régions et départements d'outre-mer.
 Les messages publicitaires sont diffusés en langue française ou dans l'une des principales langues régionales parlées dans chaque collectivité française d'outre-mer et en Nouvelle-Calédonie.
 Sont interdits les messages concernant, d'une part, les produits ou secteurs d'activité faisant l'objet d'une interdiction législative, d'autre part, les boissons alcoolisées de plus d'un degré.
 Les tarifs publicitaires sont arrêtés par la société qui rend publiques ses conditions générales de vente.

Le 28 janvier 2014, le Conseil est intervenu auprès de Réunion 1^{ère} radio à la suite de la diffusion d'une publicité en faveur d'une usine sucrière au cours de laquelle était mentionné un numéro de téléphone de réservation incitant les auditeurs à aller la visiter. Il a considéré que cette publicité ne pouvait être qualifiée de générique, la visite de l'usine, au demeurant payante, ayant été promue au détriment du sucre comme produit générique.

Article 58 Le temps consacré à la diffusion des messages publicitaires dans les programmes ne peut excéder soixante minutes par jour en moyenne sur l'année pour chacun des services de radio.
 Lorsque des messages d'intérêt général à caractère non publicitaire sont insérés dans les séquences de messages publicitaires, ils ne sont pas comptabilisés pour les limitations de temps d'antenne définies ci-dessus.

France Télévisions déclare avoir respecté la limitation du temps consacré à la diffusion des messages publicitaires sur les services de radio du Réseau Outre-Mer 1^{ère} en 2013.

Services de radio	Durée totale des messages publicitaires sur l'année	Durée moyenne quotidienne
Guadeloupe 1 ^{ère}	45h05min32s	07min25s
Martinique 1 ^{ère}	65h40min55s	10min48s
Guyane 1 ^{ère}	41h21min39s	06min48s
Réunion 1 ^{ère}	39h02min37s	06min25s
Mayotte 1 ^{ère}	27h20min48s	04min30s
Saint-Pierre-et-Miquelon 1 ^{ère}	44h17min00s	07min30s
Nouvelle-Calédonie 1 ^{ère}	142h48min00s	23min28s
Wallis-et-Futuna 1 ^{ère}	01h40min00s	00min16s
Polynésie 1 ^{ère}	265h37min24s	43min40s

Source : France Télévisions

Parrainage

Article 59 France Télévisions est autorisée à faire parrainer les émissions de ses services de radio par des personnes morales souhaitant contribuer au financement de ces émissions afin de promouvoir leur image, leurs activités ou leurs réalisations, dès lors que le service conserve l'entière maîtrise de la programmation de ces émissions.

Les journaux, les émissions d'informations et les rubriques qui leur sont intégrées ainsi que les chroniques d'opinion ne peuvent être parrainés, à l'exception des émissions consacrées au sport et des émissions de services telles que météo, jardinage, bourse, etc.

Les émissions parrainées doivent être clairement annoncées en tant que telles et le parrain doit être identifié dès le début de l'émission. L'identification du parrain peut s'effectuer par la citation de son nom, de sa dénomination ou de la raison sociale, de ses marques, de son secteur d'activité, ainsi que par la référence aux signes distinctifs qui lui sont habituellement associés. La mention du parrain peut apparaître dans les bandes-annonces dans la mesure où elle reste ponctuelle et discrète.

Lorsque le parrainage concerne une émission ou chronique comportant des jeux ou concours, les produits ou services du parrain peuvent être remis aux participants.

Selon France Télévisions, les services de radio du Réseau Outre-Mer 1^{ère} ont conclu, au titre des diffusions 2013, 450 contrats de parrainage.

Services de radio	Nombre de contrats de parrainage
Guadeloupe 1 ^{ère}	115
Martinique 1 ^{ère}	68
Guyane 1 ^{ère}	53
Réunion 1 ^{ère}	63
Mayotte 1 ^{ère}	2
Saint-Pierre-et-Miquelon 1 ^{ère}	37
Nouvelle-Calédonie 1 ^{ère}	36
Wallis-et-Futuna 1 ^{ère}	0
Polynésie 1 ^{ère}	76

Source : France Télévisions

Le Conseil n'est pas intervenu auprès de France Télévisions au titre des parrainages diffusés sur les services de radio du Réseau Outre-Mer 1^{ère} en 2013.

C. L'accessibilité des programmes

Article 38 Dans le respect de son contrat d'objectifs et de moyens, France Télévisions veille à rendre accessibles ses programmes aux personnes handicapées.

Elle adapte les conditions de diffusion des programmes aux difficultés des personnes sourdes ou malentendantes.

Elle diffuse des programmes accessibles aux personnes aveugles ou malvoyantes, dans les conditions prévues par le contrat d'objectifs et de moyens.

À ces fins, elle développe une concertation étroite avec les associations représentatives des personnes handicapées.

▪ Sous- titrage

France Télévisions déclare avoir sous-titré, en 2013, 100% des programmes des antennes nationales de France 2, France 3 (d'après le contrat d'objectifs et de moyens, les programmes régionaux peuvent ne pas être sous-titrés), France 4 et France 5, hors aménagements prévus par le Conseil. Pour ce faire, France Télévisions s'appuie essentiellement sur sa filiale MFP.

Le Conseil est toutefois intervenu auprès de France 2 après avoir constaté que l'interview de M. Jean-Luc Mélenchon, diffusée dans le journal télévisé du 9 avril 2013, n'avait pas fait l'objet d'un sous-titrage à l'attention des personnes souffrant de handicap auditif. France 2 a indiqué qu'un mouvement sociale d'une partie du personnel de France Télévisions n'avait pas permis de diffuser le sous-titrage correspondant.

Le Conseil, lors de sa séance du 12 juin 2013, a considéré que cette absence de sous-titrage était contraire à l'article 53 de la loi du 30 septembre 1986 qui prévoit, dans le contrat d'objectifs et de moyens conclu entre l'état et France Télévisions, que le groupe rend accessible aux personnes sourdes ou malentendantes la totalité des programmes nationaux diffusés sur ses chaînes, à l'exception des messages publicitaires. Il a par ailleurs demandé à France Télévisions, en cas de grève prévisible des journalistes ou du personnel effectuant le sous-titrage, de prendre des mesures pour mettre en place une solution alternative.

La question du sous-titrage des programmes de France Ô a fait l'objet, en 2013, d'observations de la part du Conseil. Le groupe public en a tenu compte puisqu'il a pris l'engagement, dans l'avenant signé fin novembre avec l'Etat, de parvenir à sous-titrer l'intégralité des programmes de cette chaîne (hors journaux télévisés ultramarins et aménagements prévus par le Conseil) au premier semestre 2014.

Depuis la mi-décembre, France Ô est en mesure, au-delà des programmes de stock qui étaient d'ores et déjà accessibles, d'offrir le même service pour ses émissions en direct, en particulier pour ses journaux télévisés (hors exceptions précitées).

▪ Audiodescription

En 2013, l'objectif d'un programme audio-décrit par jour fixé dans l'avenant au contrat d'objectifs et de moyens a été dépassé. France Télévisions a proposé 412 programmes aux téléspectateurs en audio-description, soit plus de 7 programmes par semaine.

▪ Langue des signes

Le groupe a proposé plusieurs programmes en langue des signes.

- 2 flashes d'information quotidiens diffusés à 6h30 et 8h55 dans *Télématin* sur France 2 ;
- Les *Questions au gouvernement à l'Assemblée nationale*, les *Vœux du Président de la République* et ses allocutions officielles, sur France 3 ;
- Sur France 3 Poitou-Charentes, le programme *Signatures* a offert un retour sur l'actualité de la semaine traduit en langue des signes dans les éditions du samedi midi et soir.
- Le magazine spécifique *L'œil et la main*, diffusé sur France 5 trois lundis par mois à 8h30, et rediffusé le samedi à 22h30 ;
- Sur les chaînes du réseau Outremer 1^{ère} : *Papiyon volé*, un magazine mensuel de 26 minutes diffusé aux Antilles et en Guyane, le journal quotidien, *le journal quotidien de Réunion 1^{ère}*.

Dans le cadre de la mise en oeuvre des engagements de l'avenant au COM, un groupe de travail réunissant la direction de l'innovation et la direction numérique de France Télévisions, MFP, les associations et des PME innovantes s'est réuni pour la première fois en septembre 2013 afin de structurer les travaux de recherche et développement de solutions second écran pour l'interprétation en LSF.

▪ Accessibilité sur internet

La fonction sous-titrage a été mise en place sur francetvpluzz en internet fixe, qui permet désormais aux personnes sourdes et malentendantes d'accéder à une grande partie de l'offre de rattrapage de France Télévisions. Le sous-titrage est désormais disponible depuis fin 2013 en direct sur la version mobile de Pluzz sur iOS. Cette fonctionnalité a vocation à être déployée progressivement sur les différents systèmes d'exploitation en mobilité, et pour les différentes déclinaisons de Pluzz (direct/différé, fixe/mobile).

Depuis leur refonte en 2012, les sites internet de France Télévisions répondent aux critères d'accessibilité du label bronze d'Accessiweb. Dans ce cadre, un mode d'emploi de l'accessibilité sur Pluzz a été mis en ligne à l'automne 2013.

Enfin, France Télévisions édite 70% de son catalogue de DVD en version sous-titrée *via* sa filiale France Télévisions Distribution.

▪ La semaine pour l'emploi des personnes handicapées

Du 18 au 24 novembre 2013, parallèlement aux différentes initiatives de l'entreprise dans le cadre de la semaine pour l'emploi des personnes handicapées, France Télévisions a souhaité promouvoir de façon plus visible sa politique d'accessibilité des programmes, en l'inscrivant dans l'approche globale du handicap qui est la sienne, à la fois comme employeur et comme éditeur de contenus.

France Télévisions a ainsi fait produire et a diffusé sur l'ensemble de ses chaînes visant, avec humour, à faire connaître du grand public, qui en ignore souvent l'existence, le principe de l'audio-description d'un programme. Ce clip a été diffusé 55 fois et a bénéficié d'une forte exposition, en particulier dans des espaces précédant le 20h de France 2.

Une plaquette de présentation des différents versants de la politique de France Télévisions en matière de handicap a été conçue et largement diffusée en marge de cette semaine. Enfin, toujours dans ce cadre, un portail ([francetv.fr/accessibilité](http://francetv.fr/accessibilite)) présentant les différents moyens « d'accéder à l'accessibilité » selon son support de réception a été mis à la disposition des internautes et téléspectateurs.

G. Promotion d'une alimentation et d'une activité physique favorables à la santé

En 2013, le groupe France Télévisions a diffusé, sur ces cinq antennes nationales, un total de 171 heures et 45 minutes de programmes répondant à la charte alimentaire pour une obligation comprises entre 100 et 125 heures. Les chaînes du réseau Outremer 1ères ont également proposé des programmes valorisables au titre de la charte alimentaire pour un total de 86 heures et 34 minutes en 2013.

III- Les enjeux de société

A. Obligations de service public

▪ Prescription relative à la défense nationale

Article 42 La société met en œuvre les mesures arrêtées par les autorités compétentes pour l'application des textes relatifs à la défense nationale et à la sécurité de la population.

Elle recourt à tout prestataire technique lui permettant d'assurer la diffusion de ses programmes par voie hertzienne terrestre dans des conditions techniques garantissant la continuité et la qualité du service fourni aux usagers et de respecter ses missions de service public.

Pour la diffusion de ses programmes par voie hertzienne terrestre en mode numérique, elle veille à ce que la société chargée de faire assurer les opérations techniques nécessaires à la transmission et à la diffusion auprès du public de ses programmes en vertu de l'article 30-2 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 prenne les dispositions nécessaires au respect des dispositions du présent article.

Le statut d'«opérateur d'importance vitale » (OIV)

En 2013, France Télévisions s'est conformée aux obligations liées à son statut d'« opérateur d'importance vitale » (OIV) consignées dans son plan de sécurité opérateur (P.S.O.), validé en 2011, pour la France métropolitaine.

Conformément à ce statut d'O.I.V., France Télévisions a engagé la rédaction de « plans particuliers de protection » (P.P.P.) pour chacun de ses principaux bâtiments dotés du statut de « point d'importance vitale » (P.I.V.). La Commission interministérielle de défense et de sécurité a précisé la liste des Points d'Importance Vitale (P.I.V.) de l'entreprise, en particulier par un ajout de sites du réseau « Outre-mer 1ère ».

France Télévisions a, par ailleurs, poursuivi la rédaction de son Plan de continuité d'activité (P.C.A.), afin que le statut d'entreprise unique de France Télévisions soit aussi intégré dans ses procédures de gestion de crise. Une première version consolidée de ce plan a été finalisée en 2013.

France Télévisions a également participé aux groupes de travail et d'expertise sur l'évolution du plan Vigipirate et de « l'IGI 6600 », qui constitue la réglementation-cadre des O.I.V., ainsi qu'à deux exercices de crise animés par le Secrétariat Général à la Défense et à la Sécurité Nationale.

Alerte enlèvement

Au cours de l'exercice 2013, aucun déclenchement du plan d'alerte à la population en cas d'enlèvement d'un mineur n'a eu lieu.

Numérique terrestre

Selon France Télévisions, la société met en œuvre progressivement le plan arrêté par le CSA dans le domaine de ses obligations en matière de diffusion numérique terrestre.

▪ Communication du Gouvernement

Article 48 Conformément à l'article 54 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, France Télévisions assure à tout moment la réalisation et la programmation des déclarations et des communications du Gouvernement à sa demande, sans limitation de durée et à titre gratuit. Elle met en œuvre le droit de réplique dans le respect des modalités fixées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel.

L'exercice 2013 n'a donné lieu à aucune mise en œuvre de cette disposition.

▪ Consultations électorales

Article 47 France Télévisions diffuse sur ses services de télévision et de radio qui proposent des bulletins d'information générale les émissions relatives aux consultations électorales pour lesquelles une campagne officielle radiotélévisée est prévue par les textes législatifs et réglementaires en vigueur, en respectant les règles définies par le Conseil supérieur de l'audiovisuel. La société produit ces émissions selon des modalités arrêtées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel. L'État rembourse à la société les frais de production et de diffusion occasionnés par ces émissions.

Sur les antennes nationales

Aucune consultation électorale n'a entraîné, en 2013, d'obligation de diffusion de campagne officielle radiotélévisée sur les antennes nationales de France Télévisions.

En Outre-mer

Wallis et Futuna 1^{ère} a rendu compte en 2013 des élections territoriales partielles de Futuna en suivant la campagne et l'élection des nouveaux conseillers après l'annulation de certains votes, avec notamment, la retransmission en direct sur les services de télévision et de radio de la session extraordinaire de l'Assemblée territoriale (élection du bureau et de la Présidence).

Aucune consultation électorale n'a entraîné, en 2013, d'obligation de diffusion de campagne officielle radiotélévisée sur les autres antennes ultra-marines de France Télévisions.

▪ Expression du Parlement et des assemblées territoriales, régionales, départementales et locales

Article 45 France Télévisions rend compte des principaux débats des assemblées nationales, territoriales et locales sous le contrôle du bureau de chacune des assemblées et selon des modalités arrêtées d'un commun accord. Elle programme et fait diffuser des émissions permettant la retransmission des principaux débats de ces assemblées.

Au cours de l'année 2013, France Télévisions a traité les débats au sein du Parlement et des assemblées territoriales et locales, tant dans ses éditions d'information qu'à l'occasion de retransmissions des débats parlementaires.

Parlement national

France 3 a retransmis les *Questions d'actualité au Gouvernement à l'Assemblée nationale* et les *Questions d'actualité au Gouvernement au Sénat*, ainsi que *Questions cribles au Sénat*, pour un total de près de 76 heures.

La chaîne a également diffusé des interviews, des plateaux et des magazines traitant spécifiquement de l'actualité du Sénat pour un total de 38 heures dans *Sénat Info* et le magazine *Parlement hebdo*.

Assemblée territoriales, régionales et locales

En régions et en outre-mer, les réunions des assemblées territoriales et locales ainsi que les enjeux locaux ont tenu une place importante dans les programmes.

▪ Expression des formations politiques

Article 43 Sous réserve des dispositions des articles 15 et 43 à 47 du présent cahier des charges, France Télévisions ne diffuse pas d'émissions ou de messages publicitaires produits par ou pour des partis politiques, des organisations syndicales ou professionnelles, ou des familles de pensée politiques, philosophiques ou religieuses, qu'ils donnent lieu ou non à des paiements au profit de la société.

France Télévisions indique avoir respecté les dispositions de cet article.

Article 46 France Télévisions diffuse des émissions régulières consacrées à l'expression directe des formations politiques représentées par un groupe dans l'une ou l'autre des assemblées du Parlement, dans le respect des modalités définies par le Conseil supérieur de l'audiovisuel.
Le coût financier de ces émissions est à sa charge dans les limites d'un plafond fixé par son conseil d'administration.

France Télévisions indique avoir respecté la décision n°2012-842 du Conseil supérieur de l'audiovisuel. France 2, France 3 et France 5 ont diffusé des émissions d'*Expression directe* des formations politiques d'un format de deux et cinq minutes pour un volume total de 6 heures et 39 minutes.

▪ Expression des organisations syndicales et professionnelles

Article 49 France Télévisions diffuse des émissions régulières consacrées à l'expression directe des organisations syndicales et professionnelles représentatives à l'échelle nationale d'employeurs et de salariés, dans le respect des modalités définies par le Conseil supérieur de l'audiovisuel.
Le coût financier de ces émissions est à sa charge dans les limites d'un plafond fixé par le conseil d'administration de la société.
En outre-mer, la représentativité des groupements professionnels d'employeurs et de salariés est appréciée, à périodicité régulière, par le représentant de l'État dans la collectivité, notamment à partir des critères suivants : les effectifs, l'indépendance, les cotisations, l'expérience.
Tout syndicat affilié à une organisation représentative sur le plan national est considéré comme représentatif pour l'application de l'alinéa précédent.

Les modules d'expression directe des organisations syndicales et professionnelles

En 2013, France Télévisions a respecté la décision n°2012-842 du CSA qui prévoit la diffusion, sur France 2, France 3 et France 5, de 156 modules d'*Expression directe* consacrés à l'expression de 13

organisations syndicales et professionnelles représentatives à l'échelle nationale, pour un volume total de 8 heures et 14 minutes.

Diffusion en outre-mer : Aucun critère régional de représentativité n'ayant jusqu'à présent été établi par la puissance publique, et comme lors des exercices précédents, les services de radio et de télévision des Outre-mer 1^{ère} n'ont programmé aucune émission spécifique régulière consacrée à l'expression des organisations syndicales et professionnelles.

Dans les départements et collectivités d'outre-mer, les téléspectateurs ont toutefois eu accès aux émissions d'*Expression directe* des organisations syndicales et professionnelles représentatives à l'échelle nationale *via* la diffusion du bouquet de France Télévisions sur la TNT.

Par ailleurs, les antennes d'Outre-mer 1^{ère} ont veillé à l'accès équitable à l'antenne et à la représentation des organisations syndicales et professionnelles locales dans les magazines d'information ou dans les programmes.

▪ Emissions religieuses

Article 17 Les émissions à caractère religieux consacrées aux principaux cultes pratiqués en France sont diffusées sur France 2 avec un éclairage particulier sur les grands événements.
Ces émissions, réalisées en liaison avec les représentants désignés par les hiérarchies de ces cultes après avis du ministère chargé des cultes conformément à l'article 56 de la loi du 30 septembre 1986 relatives à la liberté de communication, se présentent sous la forme de cérémonies cultuelles ou de commentaires religieux.
En outre-mer, la société peut programmer et diffuser, dans le cadre des programmes locaux, des émissions consacrées aux diverses familles de croyance et de pensée, et à l'expression des principaux cultes pratiqués localement.
Lorsqu'il ne s'agit pas de retransmissions en direct, la société procède à leur visionnage et valide leur passage à l'antenne.
Le coût financier de ces émissions est pris en charge par la société dans la limite d'un plafond fixé par le conseil d'administration de la société. Il est réparti entre les différents cultes en tenant compte, notamment, de leur représentativité respective. Les conditions de production et de financement sont fixées par un accord passé par la société avec chacun des cultes.

Diffusion nationale sur France 2

En 2013, France 2 a diffusé des programmes consacrés aux principaux cultes pratiqués en France (bouddhiste, catholique, protestant, musulman, israélite, chrétien oriental, orthodoxe). Ces diffusions ont lieu chaque dimanche, entre 8h30 et 12 heures, ainsi que certains jours en semaine correspondant à des fêtes religieuses chrétiennes (Ascension, Assomption, Toussaint, Noël). Ils ont représenté un volume global de diffusion de 242 heures (comme en 2012). Ce volume annuel inclut les documentaires religieux et les rediffusions de nuit, une fois par semaine.

En outre, France 2 s'est associée à certains événements religieux en diffusant dans la nuit du 1^{er} au 2 août une soirée consacrée au Ramadan et, le 1^{er} septembre, la cérémonie du souvenir des martyrs de la déportation, organisée par la communauté juive.

Selon France Télévisions, le temps d'antenne a été réparti équitablement en fonction de la représentativité des cultes.

Diffusion spécifique à l'outre-mer

La majorité des émissions religieuses diffusées sur les chaînes du réseau Outremer 1^{ère} sont reprises de France 2. Néanmoins, quelques antennes ultra-marines développent des programmes spécifiques ou diffusent des émissions spéciales à l'occasion d'événements exceptionnels.

Financement et production des émissions religieuses

Le budget alloué à ces émissions par le Conseil d'administration a représenté, en 2013, 10,195 millions d'euros (dont l'apport en industrie de France Télévisions). Il est réparti entre les différents cultes en tenant compte de leur représentativité.

▪ Grande cause nationale

Article 44 France Télévisions diffuse gratuitement et régulièrement à des heures d'écoute appropriées sur chacun de ses services de télévision et de radio des messages de la grande cause nationale agréée annuellement par le Gouvernement.

France Télévisions a soutenu la grande cause nationale 2013, lutte contre l'illettrisme, en diffusant à 359 reprises les messages de cette campagne d'intérêt public sur l'ensemble de ses antennes entre le 15 septembre et le 1^{er} octobre.

▪ Campagne d'information et de prévention à caractère sanitaire et social

Article 51 France Télévisions participe à toute campagne d'information et de prévention à caractère sanitaire et social décidée par les pouvoirs publics. Ces derniers prennent en charge le coût de cette participation.

En 2013, France Télévisions a relayé sur ses antennes 117 campagnes d'information et de prévention à caractère sanitaire et social (contre 66 en 2012) initiées par des établissements publics, des agences de l'Etat (INPES, Institut national du cancer) ou des associations.

▪ Sécurité routière

Article 52 France Télévisions diffuse à une heure d'écoute appropriée des messages réalisés par la délégation à la sécurité routière, selon des modalités fixées d'un commun accord. Avant de programmer ces émissions, elle peut procéder à leur visionnage et refuser leur passage à l'antenne. Les frais occasionnés par ces émissions sont pris en charge par la délégation à la sécurité routière. Ces messages pourront se voir substituer tout autre type d'émissions portant sur le thème de la sécurité routière et conçues en concertation avec la délégation à la sécurité routière.

Cinq films réalisés par la sécurité routière ont été diffusés sur les antennes de France Télévisions : *Electrochoc, La meilleure ennemie, Le choix, Papa regarde et La guirlande.*

La programmation de ces messages est intervenue sur les périodes de janvier, avril/mai, octobre/novembre/décembre 2013, pour un total de 447 diffusions réparties comme suit :

- France 2 : 55 diffusions ;
- France 3 : 36 diffusions ;
- France 4 : 58 diffusions ;

- France 5 : 5 diffusions ;
- Outre-mer 1^{ère} : 293 diffusions.

En outre, les chaînes de France Télévisions ont abordé à plusieurs reprises le thème de la sécurité routière dans les différents journaux télévisés et dans des documentaires. France 2 a diffusé les modules point route faisant état la circulation routière. Par ailleurs, la chaîne a diffusé le court-métrage *Ivresse* réalisé par Guillaume Canet du 11 au 18 décembre qui sensibilise au risque de l'alcool au volant.

▪ Emissions météorologiques

Article 54 France Télévisions programme des informations météorologiques quotidiennes adaptées aux territoires de diffusion. Les émissions qu'elle produit pour la métropole comportent régulièrement des informations météorologiques sur l'outre-mer.

Conformément à son cahier des charges, France Télévisions a diffusé quotidiennement des bulletins météorologiques sur ses différentes antennes :

- 127 heures et 43 minutes sur France 2 ;
- 207 heures et 06 minutes sur France 3 national ;
- 744 heures et 59 minutes sur France 3 en régions ;
- 394 heures et 2 minutes sur les chaînes du réseau Outremer 1^{ère}.

France 2 et France 3 intègrent régulièrement des informations météorologiques sur l'outre-mer et, de façon saisonnière, une météo des neiges ou des plages. Cependant il serait plus approprié de présenter les bulletins météorologiques sur l'outre-mer à proximité de ceux de la métropole.

Toutes les chaînes de télévision du réseau Outremer 1^{ère} proposent des flashs météo quotidiens avant le journal télévisé du soir. Les stations de Martinique 1^{ère}, Guadeloupe 1^{ère}, Guyane 1^{ère}, Polynésie 1^{ère} et Nouvelle-Calédonie 1^{ère} proposent également des bulletins à l'heure du déjeuner. Réunion 1^{ère} propose, en complément, une édition le matin. La météo de la métropole est diffusée dans le prolongement de ces bulletins météorologiques.

▪ Information du consommateur

Article 56 France Télévisions diffuse à une heure d'écoute appropriée des émissions destinées à l'information du consommateur. Avant de diffuser ces émissions, elle peut procéder à leur visionnage et refuser, le cas échéant, leur passage à l'antenne.

Les émissions diffusées sur chacun des services nationaux de la société sont produites par l'Institut national de la consommation et font l'objet d'une convention pluriannuelle avec celui-ci qui détermine notamment les conditions de diffusion de ces émissions et leur horaire de programmation ainsi que les conditions de remboursement par l'Institut national de la consommation des frais exposés par la société pour leur diffusion. Leur durée est fixée par convention.

En outre, elle diffuse, dans les programmes régionaux et sur les réseaux d'émetteurs correspondants, des émissions réalisées par les centres techniques régionaux de la consommation, dont la durée hebdomadaire ne peut être inférieure à deux minutes en moyenne sur l'année. Une convention pluriannuelle est conclue entre la société et le ministre chargé de la consommation pour déterminer les conditions de production et de financement de ces émissions, ainsi que leur horaire de programmation et leur durée. Les frais exposés par la société pour la programmation et la diffusion de ces émissions et, le cas échéant, pour leur production sont pris en charge par le ministre chargé de la consommation lorsque ces programmes sont destinés à être diffusés en outre-mer.

La convention conclue le 18 janvier 2010 entre France Télévisions et l'Institut national de la consommation (INC), ainsi que son avenant conclu le 5 février 2013, prévoit la diffusion de l'émission d'information des consommateurs intitulée Consomag, d'une durée d'environ 2 minutes. Le groupe France Télévisions déclare avoir respecté pour l'exercice 2013 cette convention.

**REPARTITION DE LA PROGRAMMATION DES MODULES CONSOMAG
SUR FRANCE TELEVISIONS EN 2013
(en diffusions et en volume horaire)**

France 2		France 3 national		France 4		France 5		France Ô	
260	9h16	313	10h45	312	10h36	260	8h53	251	8h35

Source : France Télévisions

En 2013, les antennes d’Outre-mer 1ères n’ont pas rediffusé l’intégralité des modules de *Consomag*, d’une part car leur diffusion est assurée par les chaînes nationales de France Télévisions disponibles en TNT en Outre-mer, d’autre part du fait de l’inadéquation des campagnes métropolitaines aux spécificités ultramarines.

▪ **Intégration des populations étrangères vivant en France**

Article 50 France Télévisions diffuse à destination des populations étrangères vivant en France des émissions qui comportent notamment les informations pratiques sur la vie quotidienne visant à favoriser leur intégration. Dans ce cadre, elle contribue à la lutte contre les discriminations et les exclusions.

Une convention passée entre la société et le ministre chargé de l'intégration ou avec ses établissements publics fixe les conditions de financement de ces émissions sans préjudice de la responsabilité éditoriale de la société.

Le groupe France Télévisions a diffusé en 2013 plusieurs programmes qui véhiculent des valeurs de solidarité et de tolérance.

L’émission *Toutes les France*, sur France Ô décrypte l’actualité de la société française et aborde les problématiques du « vivre ensemble ». On peut citer notamment : *Le modèle d’intégration est-il en panne ?*

France 5 a diffusé jusqu’en avril un magazine intitulé *Les uns et les autres* dans lequel l’animateur va à la rencontre des français de tous horizons.

A l’occasion du concours *Talents des cités*, France 2 a proposé une série de programmes courts présentant les portraits des lauréats.

France Télévisions a diffusé, le 14 juillet, sur ses antennes un clip intitulé « *Et vous, pouvez-vous nous dire pourquoi vous aimez la France ?* » mettant en valeur la diversité de la société française

Enfin, le site francetv éducation, plateforme web éducative, propose des modules sur la promotion et l’apprentissage de la langue française ainsi que des dossiers thématiques autour de la notion du « vivre ensemble ».

▪ **Citoyenneté**

Article 53 France Télévisions conçoit, réalise et diffuse des émissions destinées à apporter des réponses aux interrogations du public sur la vie sociale. Sont plus particulièrement concernées la vie civique, l'insertion des étrangers, la connaissance des institutions, l'éducation et la prévention dans le domaine économique, social et sanitaire et l'information sur les activités sportives et de loisirs.

Cette politique des programmes privilégie également, par des émissions de découvertes et des émissions documentaires, une approche large et pluridisciplinaire de la connaissance. Ces programmes mettent l'accent sur la compréhension du monde et veillent à mettre en perspective les informations fournies dans leur environnement historique, géographique, social, économique et culturel.

Dans ce cadre, la société conduit une politique de création d'œuvres originales. Le conseil d'administration est consulté sur cette politique.

L'entreprise

France Télévisions affirme son identité d'entreprise citoyenne à travers les missions confiées à la Fondation d'entreprise et à la direction de la responsabilité sociétale et environnementale.

La Fondation a soutenu 22 projets en 2013, dans les domaines de l'image, le multimédia, le spectacle vivant, etc. Par ailleurs, elle a attribué des bourses en 2013, permettant un soutien individualisé pour aider des jeunes de 16 à 25 ans à s'initier aux métiers de l'audiovisuel.

En 2012, le groupe France Télévisions s'est porté candidat pour l'obtention du label diversité AFNOR.

En juin 2013, France Télévisions a été auditionnée par la Commission de l'AFNOR. A cette occasion près de 200 collaborateurs au siège et en régions ont été mobilisés à cette occasion. France Télévisions s'est d'ailleurs dotée d'un « comité diversité ». Cette structure interne a pour objectif de veiller à la mise en pratique des opérations menées dans le cadre de l'obtention du label diversité de l'AFNOR.

France Télévisions a obtenu le label de l'AFNOR au premier semestre 2014.

L'antenne

Chacune des chaînes du groupe France Télévisions contribue au rôle citoyen du groupe à travers de nombreux rendez-vous.

Le groupe cite notamment ses magazines d'information tels que *Complément d'enquête*, *Envoyé spécial* ou *Mots croisés* sur France 2, *Avenue de l'Europe* sur France 3, *C à dire ?!*, *C dans l'air*, *Le monde en face* sur France 5. Pour les magazines culturels et de société *C'est au programme*, *Télématin*, *Le Lab'Ô*.

Le groupe public énumère également des documentaires : sur France 2 *Drumont l'histoire d'un antisémite français*, *Génération quoi ?*, sur France 3 dans *La France en face*, *Doc 24*, sur France 4 avec des soirées documentaires *OFF ! Secrets et Coulisses* sur la gendarmerie ou l'Assemblée Nationale. Enfin, plusieurs documentaires sur France 5 dans *Le monde en face* ont abordé cette problématique *Mariage Gay*, *Dans la peau d'un chômeur de 50 ans*.

Les programmes jeunesse portent les valeurs de la diversité, comme *Mouk autour du monde* ou *Foot 2 rue*.

▪ Vie professionnelle et économique

Article 55 France Télévisions diffuse des émissions consacrées à la vie professionnelle et aux connaissances économiques. La société concourt au développement et à la diffusion des connaissances économiques et sociales. Elle diffuse notamment des programmes favorisant une meilleure connaissance du marché de l'emploi, des évolutions du monde du travail et de la vie dans l'entreprise. Ils permettent l'expression et l'échange des points de vue des différents acteurs : employeurs, salariés, demandeurs d'emploi, administrations, partenaires sociaux, organismes consulaires et de formation.

Magazines

France 2 diffuse régulièrement des sujets consacrés à la vie professionnelle et aux connaissances économiques dans ses magazines d'information (*Envoyé spécial*, *Envoyé spécial la suite*, *Compléments d'enquête*, *Cash investigation* et *Mots croisés*). Une rubrique emploi est diffusée trois

fois par semaine dans l'émission quotidienne *Télématin* et le magazine *Ce soir (ou jamais !)* aborde des sujets liés à la vie économique et sociale.

Sur France 3, les thématiques liées à la vie professionnelle et aux connaissances économiques sont notamment abordées dans les magazines suivants : *Des racines et des ailes*, *Le monde d'après*, *Midi en France*, *Avenue de l'Europe*. Elles sont également abordées dans les émissions régionales de France 3 : *Enquêtes de régions*, *l'édition de l'emploi*, *Mode d'emploi*.

Sur France 4, dans *Master Classe*, des personnalités reconnues dans leur métier ont répondu aux questions libres de jeunes étudiants présents dans la salle.

Sur France 5, le magazine *C'est notre affaire* est entièrement consacré à l'économie. Les magazines *C dans l'air* et *C à dire* reviennent régulièrement sur les grandes questions économiques et l'évolution des secteurs professionnels en recevant témoins et experts.

Depuis octobre 2011, *Dr CAC* explique l'économie aux téléspectateurs. Ce programme court de 4 minutes du lundi au vendredi à 20h20 et 23h50, et de 26 minutes le samedi à 23h25, aborde des thèmes tels que : « Grands groupes vs PME, qui crée de l'emploi ? », « Comment peut-on encore financer sa start-up ? » ou encore « La récession, c'est quoi exactement ? ».

Par le biais de son offre d'information, journaux télévisés quotidiens et magazines d'information, France Ô a proposé des informations qui concourent à une meilleure connaissance économique et sociale des outre-mers et des bassins économiques environnants : *Investigations et le Monde vu par...* Enfin, les Télévisions et Radios 1ères proposent également des émissions en lien avec la vie professionnelle, économique et sociale, dans une logique de proximité.

Documentaires

Les chaînes de France Télévisions ont diffusé de nombreux documentaires sur cette thématique. Sur France 2, *La mise à mort du travail*, *Premier job : bon pour le service*; sur France 3, *Edouard Leclerc*, *l'Épicier de la République*, *Rungis : les maîtres du goût*; sur France 4, *Derrière l'uniforme : les soldats du feu*, *Médecins de demain*, sur France 5, *Épargne, placements : comment protéger son argent ?*, *J'ai même rencontré des salariés heureux*.

Fictions

France Télévisions a proposé en 2013 plusieurs fictions sur cette thématique.

On peut citer par exemple sur France 2, *15 jours ailleurs*. Sur France 3 une nouvelle saison de *Famille d'accueil*, *le sang de la vigne* ou *Je retourne chez ma mère*.

A noter également le développement par la direction des nouvelles écritures de web fictions dont l'action se déroule dans l'univers professionnel *VRP* ou *Pause emploi*.

Programmes courts

Dans le cadre d'un accord passé entre France 3 et Pôle Emploi, chaque région diffuse des flashes d'annonces d'emploi dans la tranche d'information du 19/20 en collaboration avec Pôle emploi. La chaîne a également diffusé des modules d'expression directe consacrés aux organisations syndicales et professionnelles pour un volume total de 8h14.

France 5 propose tous les matins de la semaine l'émission *L'Emploi par le Net*.

Le site internet de France 5 emploi

En partenariat avec le Pôle Emploi, le site propose aux internautes d'accéder aux centaines de milliers d'offres d'emploi proposées par le Pôle.

Le site Francetv éducation constitue une offre de contenus multimédia gratuits pour les jeunes. Ce site permet également de faciliter l'accompagnement de la scolarité et les choix d'orientation.

C. Déontologie de l'information

Article 35 : Dans le respect du principe d'égalité de traitement et des recommandations du Conseil supérieur de l'audiovisuel, France Télévisions assure l'honnêteté, la transparence, l'indépendance et le pluralisme d'information ainsi que l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion.

Elle ne recourt pas à des procédés susceptibles de nuire à la bonne compréhension du téléspectateur. Les questions prêtant à controverse doivent être présentées de façon honnête et l'expression de différents points de vue doit être assurée.

Le recours aux procédés permettant de recueillir des images et des sons à l'insu des personnes filmées ou enregistrées doit être limité aux nécessités de l'information du public. Il doit être restreint au cas où il permet d'obtenir des informations difficiles à obtenir autrement. Le recours à ces procédés doit être porté à la connaissance du public. Les personnes et les lieux ne doivent pas pouvoir être identifiés, sauf exception ou si le consentement des personnes a été recueilli préalablement à la diffusion de l'émission.

Dans les émissions d'information, la société s'interdit de recourir à des procédés technologiques permettant de modifier le sens et le contenu des images. Dans les autres émissions, le public est averti de l'usage de ces procédés lorsque leur utilisation peut être à confusion.

La société fait preuve de rigueur dans la présentation et le traitement de l'information. Elle vérifie le bien-fondé et les sources d'information. L'information incertaine est présentée au conditionnel.

Elle veille à l'adéquation entre le contexte dans lequel des images ont recueillies et le sujet qu'elles viennent illustrer. Toute utilisation d'images d'archives est annoncée par une incrustation à l'écran, éventuellement répétée. Si nécessaire, mention est faite à l'origine des images.

Les images produites pour une reconstitution ou une scénarisation de faits réels, ou supposés tels, doivent être présentés comme telles aux téléspectateurs. Sous réserve de la caricature ou du pastiche, lorsqu'il est procédé à un montage d'images ou de sons, celui-ci ne peut déformer le sens initial des propos ou images recueillis ni abuser le téléspectateur.

Dans le respect du droit à l'information, la diffusion d'émissions, d'images, de propos ou de documents relatifs à des procédures judiciaires ou à des faits susceptibles de donner lieu à une information judiciaire nécessite qu'une attention particulière soit apportée d'une part au respect de la présomption d'innocence, c'est-à-dire qu'une personne non encore jugée ne soit pas présentée comme coupable, d'autre part au secret de la vie privée et enfin à l'anonymat des mineurs délinquants. La société veille, dans la présentation des décisions de justice, à ce que ne soient pas commentées les décisions juridictionnelles dans des conditions de nature à porter atteinte à l'autorité de la justice ou à son indépendance.

Lorsqu'une procédure judiciaire en cours est évoquée à l'antenne, la société doit veiller, dans le traitement global de l'affaire, à ce que :

- l'affaire soit traitée avec mesure, rigueur et honnêteté ;
- le traitement de l'affaire ne constitue pas une entrave caractérisée à cette procédure ;
- le pluralisme soit assuré par la présentation des différentes thèses en présence, en veillant notamment à ce que les parties en cause ou leurs représentants soient mis en mesure de faire connaître leur point de vue.

▪ La nécessité d'assurer la diversité des points de vue lorsqu'un sujet prêtant à controverse est abordé à l'antenne

France 2

Le Conseil a été saisi par M. Antoine Ferretti, président de la compagnie aérienne Air Méditerranée, à la suite de la diffusion sur France 2, le 14 mars 2013 dans le magazine « Complément d'enquête » consacré au transport aérien, d'un reportage dans lequel sa société aurait été mise en cause. Au cours de sa séance du 24 juillet 2013, le Conseil a considéré que les quelques secondes de l'interview de M. Ferretti qui avaient été conservées au montage pour répondre aux critiques formulées à l'encontre de la compagnie aérienne qu'il dirige ne suffisaient pas à assurer correctement la diversité des points de vue.

Le Conseil a par ailleurs été alerté par M. Jérôme Safar, adjoint au maire de Grenoble, ainsi que par plusieurs téléspectateurs au sujet de la diffusion, dans l'émission « *Envoyé spécial* », le 26 septembre 2013, d'un reportage intitulé « *Villeneuve : le rêve brisé* ». M. Safar considérait que ce reportage était « *éloigné de la réalité, certes complexe* », de la Villeneuve « *tant il renvoie à une image stigmatisante du quartier* ».

Dans sa séance du 20 novembre 2013, le Conseil a en effet constaté que la nécessité d'assurer la diversité des points de vue concernant un sujet prêtant à controverse n'avait pas été totalement respectée et que le reportage n'apparaissait pas suffisamment équilibré. Il déplorait en particulier que seuls les aspects négatifs du quartier aient été mis en avant, stigmatisant l'ensemble du quartier de la Villeneuve. Les rares éléments positifs abordés à l'antenne avaient été systématiquement dévalorisés par la mise en avant de la violence et du climat hostile qui règneraient dans ce quartier.

Si la journaliste avait pris le soin, de retour sur le plateau, d'énumérer quelques initiatives mises en place par la mairie, ces éléments ne suffisaient pas à assurer correctement la diversité des points de vue sur ce sujet. Le Conseil a par ailleurs regretté que certains responsables politiques ou associatifs n'aient pas eu la possibilité de s'exprimer dans ce reportage. Il en a fait part aux responsables de France Télévisions.

France 3

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel a été saisi à la suite de la diffusion sur France 3, dans l'édition du Soir 3 du 5 décembre 2012, d'un sujet consacré aux dangers de la téléphonie mobile. Le traitement de ce sujet a pris la forme d'un reportage décrivant le cas d'une personne tombée malade à la suite d'une utilisation intensive de son téléphone mobile, suivi d'un entretien en plateau avec Mme Michèle Rivasi. Le Conseil, dans sa séance du 12 mars 2013, a considéré que la diversité des points de vue n'avait pas été correctement assurée dans le traitement de ce thème qui prête à controverse. Il a estimé que la présentation du sujet manquait de distance et d'approche critique, ce qui ne permettait pas aux téléspectateurs d'avoir connaissance d'autres thèses soutenant que la communication sans fil ne présenterait pas de risque pour la santé. Il en a informé les responsables de la chaîne.

▪ Le manque de rigueur dans la présentation et le traitement de l'information

France 2

Le Conseil a été saisi par Me Philippe Campolo en sa qualité de conseil de M. Luc Jousse, maire de la commune de Roquebrune-sur-Argens (Var). Il considérait que M. Jousse avait été injustement mis en cause au cours d'un reportage intitulé « *Propriétaires hors la loi* » diffusé sur France 2 le 15 novembre 2012 dans le magazine « *Envoyé spécial* ». Dans ce sujet, un témoin présenté comme un « *urbaniste de la région* » avait formulé des critiques à l'encontre des choix effectués par l'équipe municipale en matière d'urbanisme. Or, ce témoin était également un opposant connu au maire de la commune, ce qui n'avait pas été mentionné dans le reportage. Dans sa séance du 29 mai 2013, le Conseil a remarqué que les téléspectateurs n'avaient pas été informés des rivalités politiques qui existaient entre le maire et le témoin interrogé. Cette précision était pourtant susceptible d'éclairer

le public sur la nature des critiques formulées. Il en a fait part aux responsables de France Télévisions.

- **La présentation d'images difficilement soutenables**

Le Conseil a constaté que France 2 avait diffusé le 7 février 2013, dans le magazine « *Envoyé Spécial* », un reportage intitulé « *Exactions au Mali ?* » qui contenait des images difficilement soutenables, notamment pour de jeunes téléspectateurs, de personnes décédées. L'article 36 du cahier des charges de France Télévisions prévoit que celle-ci doit veiller « *au respect de la personne humaine et de sa dignité.* » Par ailleurs, en vertu de l'article 16-1-1 du code civil, « *les restes des personnes décédées (...) doivent être traités avec respect, dignité et décence.* »

Le Conseil, dans sa séance du 12 février 2013 a relevé une insistance sur ces plans répétés, filmés de manière particulièrement appuyée sans analyse correspondante et a considéré en conséquence que la diffusion de ces séquences était susceptible de constituer un manquement aux dispositions légales et réglementaires précitées. Il a décidé de mettre fermement en garde les responsables de France Télévisions contre le renouvellement de tels manquements.

- **La nécessité de faire preuve de vigilance lorsqu'un sujet sensible est abordé à l'antenne**

Le Conseil a été saisi à la suite d'une question posée à M. Roman Polanski lors du journal de 20 heures de France 2 du 10 novembre 2013. L'auteure de cette plainte déplorait que le journaliste ait demandé à M. Polanski s'il avait accordé son pardon à Mme Samantha Geimer, qu'il aurait violée alors qu'elle était âgée de 13 ans. Elle estimait qu'il existait « *une confusion grave entre la victime et l'agresseur* » et ajoutait que « *des milliers de femmes n'osent pas porter plainte à cause de ce genre d'attitude, de peur qu'on ne les prenne pas au sérieux, qu'on leur dise que c'est de leur faute* ».

Dans sa séance du 8 janvier 2014, le Conseil a constaté que le journaliste avait tenu les propos suivants : « *Au cœur de cette affaire, il y avait une jeune femme, Samantha Geimer, la jeune femme qui a sorti un livre récemment. Elle vient d'écrire qu'elle vous pardonnait. Vous lui avez adressé ce pardon vous ?* ». Le Conseil a regretté la maladresse dans la formulation de cette question, qui est intervenue directement après que le journaliste a indiqué que Mme Geimer avait accordé son pardon à M. Polanski. Cette ambiguïté d'expression a pu donner l'impression à certains téléspectateurs que le journaliste souhaitait savoir si M. Polanski avait lui-même pardonné à Mme Geimer. Le Conseil a donc demandé aux responsables de France Télévisions de veiller à faire preuve de vigilance lorsqu'un sujet aussi sensible est abordé à l'antenne.

D. Déontologie des programmes

France 2

Le Conseil est intervenu auprès de France 2 à la suite de la diffusion de l'émission *Ce soir (ou jamais !)* du 5 avril 2013, au cours de laquelle a été organisé un débat sur la prostitution et l'abolition du délit de racolage sur la voie publique. Il a considéré, lors de sa séance plénière du 10 juillet 2013, que la maîtrise de l'antenne avait été globalement assurée et l'expression des différents points de vue respectée mais il a regretté que le choix des personnes invitées pour débattre de cette question n'ait pas été plus équilibré.

E. Pluralisme de l'information

Article 2: France Télévisions développe un ensemble de services de communication audiovisuelle disponibles sur différents supports dont la ligne éditoriale est notamment définie à l'article 3 et qui, par leur diversité, contribuent au pluralisme des courants de pensée et d'opinion et à la création et à la production des programmes.

A cette fin, son offre de services de communication audiovisuelle permet au public d'exercer son libre choix entre des programmes qui garantissent l'expression de tendances de caractère différent respectant l'impératif de l'honnêteté de l'information.

▪ Le pluralisme hors périodes électorales

Les temps de parole des personnalités politiques relevés dans les journaux, les magazines et les autres émissions de programmes

Les relevés des temps de parole des personnalités politiques pour l'année 2012 figurent en annexe 13.

Les journaux télévisés

Le Conseil a relevé avec satisfaction que le principe de pluralisme politique avait été respecté dans les journaux d'information de France 2 au cours des deux premiers et du dernier trimestre de l'année 2013. En ce qui concerne le troisième trimestre, il a constaté l'existence d'une sous-exposition des représentants de la majorité parlementaire.

Les règles applicables en matière de pluralisme ont également été respectées sur France 3 au cours du premier et du dernier trimestre 2013. Le Conseil a toutefois observé que les formations parlementaires n'appartenant ni à la majorité ni à l'opposition avaient légèrement sous-représentées dans les journaux du deuxième et du troisième trimestre. Les partis non représentés au Parlement n'ont pas non plus fait l'objet d'une exposition suffisante sur France 3 au cours du troisième trimestre.

Les magazines

Le Conseil a relevé avec satisfaction que le principe de pluralisme politique avait été respecté tout au long de l'année 2013 dans les magazines de France 3 et de France 5. Les règles applicables ont également été respectées dans les magazines de France 2 au cours du second semestre 2013.

Au cours du premier semestre, le Conseil avait toutefois relevé sur France 2 une légère sous-exposition des membres de la majorité parlementaire dans cette catégorie de programmes.

Les autres émissions des programmes

Le Conseil a relevé avec satisfaction que le principe de pluralisme avait été respecté tout au long de l'année 2013 dans les émissions des programmes de France 5.

L'examen des temps de parole relevés dans les autres émissions des programmes du premier semestre a toutefois laissé apparaître certains déséquilibres sur France 2, France 3 et France 4. Le Conseil a relevé en particulier une sous-exposition des formations parlementaires n'appartenant ni à la majorité ni à l'opposition sur France 2 et sur France 3, et des membres du Gouvernement sur France 3.

Concernant France 4, le Conseil a déploré l'existence de déséquilibres persistants au cours du premier semestre, en particulier une légère sous-représentation des représentants de la majorité parlementaire et une absence d'accès à l'antenne des formations parlementaires n'appartenant ni à la majorité ni à l'opposition. Les partis non représentés au Parlement avaient par ailleurs fait l'objet d'une surexposition.

Au cours du second semestre, les règles applicables en matière de pluralisme politiques ont été respectées dans cette catégorie de programmes sur France 2, France 4 et France 5. Sur France 3, le Conseil a relevé une surexposition de la majorité parlementaire au détriment des membres du Gouvernement ainsi qu'une surreprésentation des formations parlementaires n'appartenant ni à la majorité ni à l'opposition.

F. Représentation de la diversité

En vue de l'obtention du Label Diversité de l'Afnor que le contrat d'objectifs et de moyens 2013-2015 avait fixé pour 2013, France Télévisions a été amené à préciser sa politique globale en faveur de la diversité.

S'agissant de sa politique interne, le groupe public s'est doté d'un « Comité Diversité », structure interne ayant pour objectif de veiller à la mise en pratique des chantiers ouverts dans le cadre du Label Diversité et visant à être l'interface avec l'ensemble des parties prenantes : associations, institutions, tutelles pour tout ce qui concerne la diversité.

S'agissant de la programmation, le groupe France Télévisions indique que plusieurs outils ont été mis en place, au cours de l'année 2013, pour assurer le suivi de la représentation de la diversité à l'antenne :

- des tableaux renseignés par les « Référents diversité » aux programmes dans chacune des chaînes permettant de mesurer le nombre de sujets ou d'interventions dans chacun des champs de la diversité (diversité sociale, d'origine, d'âge, handicap) ;
- la tenue d'un Baromètre de la diversité dans les journaux télévisés de France 2 et France 3 a été confiée par la Direction de l'information à Eric Macé, sociologue et professeur à l'université de Bordeaux ;
- la constitution d'un « Répertoire de la diversité » qui met à la disposition des responsables des rédactions et des programmes, les références et les champs de compétence d'experts.

Par ailleurs, à la demande de la Conseillère en charge du dossier diversité au Conseil, France Télévisions a réalisé et diffusé un spot à l'occasion du 14 juillet 2013 promouvant la diversité des visages, des parcours et des talents autour du slogan « Nous sommes la France ». Pour le 14 juillet 2014, France Télévisions s'est engagé à renouveler l'opération.

Des actions spécifiques en faveur du handicap telles que la participation active à la semaine du handicap du 18 au 24 novembre 2013, la poursuite du recrutement d'alternants handicapés ou encore la retransmission d'épreuves de handisport ont également été valorisées par le groupe public. Il est également à noter que France Télévisions a signé, le 11 février 2014, une Charte portant sur l'amélioration des conditions d'accès à la formation et à l'emploi des personnes handicapées, élaborée conjointement par le Conseil et le Ministère chargé des personnes handicapées et de la lutte contre l'exclusion.

Le bilan détaillé des actions en matière de lutte contre les discriminations liées à l'âge, de diversité des origines et de diversité sociale figure en **annexe xx**.

G. Droit des femmes

S'agissant de la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes, France Télévisions déclare que l'année 2013 s'est caractérisée par l'affirmation d'une politique globale et volontariste, tant dans l'organisation interne de l'entreprise que dans l'offre de programmes tous genres confondus.

Dans ses programmes, France Télévisions indique s'être engagé en premier lieu dans la lutte contre les violences faites aux femmes.

Ainsi en 2013, la chaîne France 2 s'est mobilisée contre le viol. Deux documentaires intitulés *Viol, elles se manifestent* (France 2, 5 mars) et *Les voix du silence* (France 2, 25 novembre) ainsi que la mise en place d'une plateforme interactive de recueil de témoignages ont été au centre d'un dispositif exceptionnel.

Le sujet du combat des femmes pour l'égalité a également été abordé dans plusieurs genres de programmes :

- Au sein des documentaires historiques tels que *Simone Veil, une loi au nom des femmes* (France 2, 6 mars) et des documentaires d'actualité tels que *Nos seins, nos armes* (France 2, 5 mars), *Le cri, révolte des femmes au Yémen* (France 5, 19 novembre) ou encore *Aung San Suu Kyi, un rêve birman* (France 2, 12 mars) ;
- Dans des programmes courts humoristiques tels que *Le bureau des affaires sexistes*, diffusé sur toutes les chaînes du groupe ;
- Dans différentes fictions telles que *Marthe Richard*, (le 2 mars sur France 3), *La femme qui pleure au chapeau rouge* (le 9 avril), *L'histoire de Dora Maar au côté de Picasso* (le 16 février) ou encore *La balade de Lucie* (le 6 mars sur France 2) ;
- Dans la série *Candice Renoir*.

En 2013, France Télévisions a poursuivi ses efforts concernant la diffusion de sport féminin. Le groupe indique à cet égard que la Direction des sport a souhaité renforcer l'offre de sport collectif féminin en diffusant sur France 4 les Coupes de France de football et de rugby féminins et en ouvrant ses émissions de sport à des animatrices et chroniqueuses femmes, telles que Céline Géraud, Annick Dumont ou encore Carole Montillet.

S'agissant de l'image de la femme, France Télévisions déclare s'investir dans la lutte contre les stéréotypes dans tous les genres de programmes. Dans cette optique, le groupe public indique avoir mis en place une grille de lecture avec des indicateurs quantitatifs (nombre de personnages principaux garçons et filles, nombre de rôles secondaires) et qualitatifs (« les personnages féminins sont-ils actifs ou passifs ? », « ... axés sur la vie privée ou la vie publique ? », « ... soucieux d'apparence ou d'intellect ? ») qui servira d'outil d'évaluation et de sélection pour les responsables de programmes et prendra place dans la rédaction des accords signés avec les producteurs d'animation.

S'agissant de la place des femmes à l'antenne, France Télévisions a constaté que si le nombre de femmes journalistes (grands reporters, présentatrices de journaux télévisés) visibles sur les antennes a progressé ces dernières années tout comme celle des animatrices d'émissions, le groupe affichait un déficit notoire dans le domaine des expertes invitées sur les plateaux de l'information et

des magazines d'actualité, comme l'avait souligné en 2011 le rapport de Brigitte Grésy. Le Président Rémy Pflimlin s'est donc, à l'occasion du colloque « En avant toutes », le 8 juillet 2013, engagé à atteindre un objectif de 30% d'expertes sur l'ensemble des émissions concernées avant la fin de l'année 2014⁹. A la fin de l'année 2013, le taux d'expertes dans les journaux nationaux d'information était de 26%, en hausse de huit points par rapport à l'année précédente, et les magazines *Ce soir ou jamais* et *C'est dans l'air* affichaient un taux de 30% en moyenne de femmes expertes.

En interne, le sujet de la place des femmes au sein de l'entreprise est resté une priorité pour le groupe qui s'engage sur des objectifs concrets tels que l'augmentation du nombre de femmes cadres dans les rédactions, la promotion de candidature mixte pour tous les postes de cadre à pourvoir, le souhait de rééquilibrage salarial ou encore la détection et accompagnement des potentiels féminins.

⁹ Cet engagement chiffré a été inscrit dans l'avenant au Contrat d'objectifs et de moyens pour 2013-2015, signé à l'automne 2013 avec l'Etat.

IV- Le financement de la création

Article 2

France Télévisions développe un ensemble de services de communication audiovisuelle disponibles sur différents supports dont la ligne éditoriale est notamment définie à l'article 3 et qui, par leur diversité, contribuent au pluralisme des courants de pensée et d'opinion et à la création et à la production de programmes.

[...] Les unités de programme créées au sein de France Télévisions veillent à la diversité de l'accueil des projets. Elles comprennent des instances de sélection dont le fonctionnement collégial associe notamment les directeurs de l'antenne et les unités en charge de l'acquisition ou de la production de ces programmes afin de valoriser l'identité éditoriale de chacun des services, leur cohérence et leur complémentarité, de favoriser l'expression de la diversité artistique et esthétique et d'assurer la diversité des investissements de

Article 9

I. - France Télévisions doit être l'un des premiers investisseurs dans la création audiovisuelle et cinématographique d'expression originale française. L'effort doit porter sur l'adaptation du patrimoine littéraire français, l'illustration de l'histoire nationale et européenne, l'exploration et le suivi des mouvements de la société contemporaine.

La société contribue au renouvellement des genres et à la diversité des formats : promotion de nouvelles écritures et de nouveaux talents, thèmes adaptés en permanence pour être en phase avec l'évolution de la société.

Le contrat d'objectifs et de moyens conclu entre l'État et France Télévisions détermine notamment les montants minimaux d'investissements de la société dans la production d'œuvres audiovisuelle et cinématographique européennes et d'expression originale française, en pourcentage de ses recettes et en valeur absolue.

La société peut par ailleurs nouer des accords spécifiques avec les organisations professionnelles du secteur de la création audiovisuelle et cinématographique. [...]

A. Production cinématographique

Article 9

[...] II. Pour l'application des dispositions du titre Ier du décret n° 2001-609 du 9 juillet 2001, France Télévisions consacre une part du chiffre d'affaires annuel net de l'exercice précédent de chacun des services France 2 et France 3 à des dépenses contribuant au développement de la production d'œuvres cinématographiques européennes au moins égale à 3,5 % et respecte les dispositions de l'arrêté du 28 novembre 2008 pris pour l'application du II de l'article 10 du décret n° 90-66 du 17 janvier 1990 modifié. La détermination du chiffre d'affaires de France 2 et France 3 est établie grâce à la mise en place d'une comptabilité analytique. France Télévisions transmet au Conseil supérieur de l'audiovisuel la méthode suivie et les données correspondantes.

Les dépenses mentionnées au 3° de l'article 4 du décret n° 2001-609 du 9 juillet 2001 sont prises en compte pour le calcul de l'obligation résultant de l'article 3 du même décret jusqu'à 0,2 % du chiffre d'affaires annuel net de l'exercice précédent.

Article 10

France Télévisions contribue à la diversité de la production cinématographique et soutient un cinéma d'initiative française et européenne fort, pluriel et indépendant [...].

Contribution globale de France Télévisions

L'ensemble de la contribution de France Télévisions à la production d'œuvres cinématographiques, qui correspond au cumul des contributions de France 2, France 3 et de France 4, s'établit à **60,410 M€**.

Ce montant est supérieur au seuil de 50 M€ fixé à l'article 1er de l'arrêté du 9 mai 2012 pris en application du II de l'article 10 du décret n° 90-66 du 17 janvier 1990, ce qui constitue une des conditions nécessaires pour pouvoir diffuser des œuvres cinématographiques le mercredi soir en première partie de soirée.

Hors dépenses d'audiodescription, les investissements déclarés par France Télévisions s'élèvent à 60,284 M€, montant supérieur à l'engagement minimal fixé à 57 M€ figurant dans le contrat

d'objectifs et de moyens (indicateur 2-1-2 = engagement en matière d'investissement dans les œuvres cinématographiques).

En revanche, le montant cumulé des dépenses réalisées par les trois services France 2, France 3 et France 4, est inférieur au cumul de leurs obligations, qui s'élève en cumulé à 61,552 M€, ceci en raison du déficit constaté pour France 2. Sur l'ensemble des trois chaînes, l'écart constaté entre l'obligation cumulée et les dépenses réalisées s'élève à 1,142 M€.

France 2

La contribution de France 2 à la production d'œuvres cinématographiques s'établit à **34,337 M€** en 2013 en tenant compte de l'annulation d'un film, ce qui représente 3,3 % de son chiffre d'affaires de référence.

Ainsi France 2 ne remplit pas son obligation d'investissement dans la production d'œuvres européennes fixée à 3,5 % de son chiffre d'affaires. Le déficit constaté s'élève à 2,036 M€.

La contribution de France 2 à la production d'œuvres cinématographiques s'établit à 34,337 M€ en 2013 en tenant compte de l'annulation d'un film, ce qui représente 3,3 % de son chiffre d'affaires de référence. France 2 ne remplit pas son obligation d'investissement dans la production d'œuvres européennes fixée à 3,5 % de son chiffre d'affaires. Le déficit constaté s'élève à 2,036 M€.

Cependant, France Télévisions s'est engagé auprès du Conseil à rattraper ce déficit en surinvestissant par rapport à son obligation lors du prochain exercice.

Au sein de cette contribution, les dépenses spécifiques d'audiodescription à destination des personnes aveugles ou malvoyantes se sont élevées à 102 882 euros pour l'adaptation de dix-sept films dont notamment « *Potiche* », « *Elle s'appelait Sarah* », « *Le Cœur des hommes n°1* », « *La Soupe aux choux* », « *Faubourg 36* », « *L'Auberge Espagnole* » et « *Les Poupées russes* ».

France 2 a investi dans huit premiers films. La liste des œuvres préachetées par France 2 figure en annexe 14.



CA de référence* : 1 039,241 M€	Obligations	Réalisation	Nombre de films préfinancés
Œuvres européennes	3,5 % du CA 36,373 M€	3,3 % 34,337 M€	34
Œuvres EOF	2,5 % du CA 25,981 M€	3,2 % 32,507 M€	31
% d'œuvres indépendantes au sein des dépenses visées au 1° et 2° de l'article 4 du décret n° 2010-747	25,738 M€	34,318 M€	34

Source : CSA - Direction des programmes

* Chiffre d'affaires 2012 après déductions réglementaires (article 2 du décret n° 2010-747 du 2 juillet 2010)

France 3

La contribution de France 3 à la production d'œuvres cinématographiques s'élève à 23,373 M€ en 2013 dont un complément de 100 000 euros pour indexation sur les recettes recueillies en salles pour le film « *Mobius* ».

Au sein de cette contribution, les dépenses spécifiques d'audiodescription à destination des personnes aveugles ou malvoyantes ont représenté 23 922 euros pour l'adaptation des films « *Welcome* », « *Un balcon sur la mer* », « *Le dernier rang* » et « *La cité de la peur* ».

France 3 a investi dans huit premiers films. La liste des œuvres préachetées par France 3 figure en annexe 14.



CA de référence* : 649,690 M€	Obligations	Réalisation	Nombre de films préfinancés
Œuvres européennes	3,5 % du CA 22,739 M€	3,6 % 23,273 M€	29
Œuvres EOF	2,5 % du CA 16,242 M€	3,5 % 22,573 M€	28
% d'œuvres indépendantes au sein des dépenses visées au 1° et 2° de l'article 4 du décret n° 2010-747	17,362 M€	22,550 M€	28

Source : CSA - Direction des programmes

* Chiffre d'affaires 2012 après déductions réglementaires (article 2 du décret n°2010-747)

France 4

Depuis l'exercice 2012, l'obligation de contribution au développement de la production cinématographique de France 4 est fixée à 3,5 % de son chiffre d'affaires.

La contribution de France 4 à la production d'œuvres cinématographiques s'établit à 2,700 M€ en 2013.

Ces dépenses sont constituées intégralement d'acquisitions de droits de diffusion, conformément au dernier alinéa de l'article 4 du décret n° 2010-747 du 2 juillet 2010.



CA de référence* : 69,715 M€	Obligations	Réalisation
Œuvres européennes	3,5 % du CA 2,440 M€	3,9 % 2,700 M€
Œuvres EOF	2,5 % du CA 1,742 M€	3 % 2,090 M€

Source : CSA - Direction des programmes

* Chiffre d'affaires 2012 après déductions réglementaires (article 2 du décret n°2010-747)

B. Production audiovisuelle

Article 9

[...] IV. — France Télévisions consacre chaque année une part de son chiffre d'affaires annuel net de l'exercice précédent à des dépenses contribuant au développement de la production d'œuvres audiovisuelles européennes ou d'expression originale française.

Cette contribution est au moins égale à 18,5 % en 2009, 19 % en 2010, 19,5 % en 2011 et 20 % à compter de 2012.

Elle est intégralement réalisée dans des œuvres patrimoniales énumérées à la première phrase du deuxième alinéa du 3° de l'article 27 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 et indépendantes au sens de l'article 15 du décret n° 2010-747 du 2 juillet 2010. Toutefois, dans la limite de 5 % de son montant, la contribution peut être réalisée avec des entreprises qui ne sont pas indépendantes au sens de l'article 15 du décret précité. Les dépenses prises en compte sont celles mentionnées aux 1° à 6° de l'article 12 du même décret.

Elle porte globalement sur le chiffre d'affaires réalisé par les services suivants :

- services de télévision diffusés par voie hertzienne terrestre définis à l'article 3 du présent cahier des charges ;

- services de médias audiovisuels à la demande édités par France Télévisions ou par l'une de ses filiales, au sens du 6° de l'article 3 du présent cahier des charges.

A la condition que France Télévisions en informe le Conseil supérieur de l'audiovisuel avant le 1er juillet de chaque année, pourra également être pris en compte le chiffre d'affaires des autres services de télévision édités par France Télévisions ou par l'une de ses filiales, sur tout réseau de communications électroniques.

La société respecte les dispositions figurant en annexe relatives à l'étendue des droits cédés pour les genres d'œuvres qui y sont mentionnés.

Conformément à l'article 9 du décret n° 2009-796 du 23 juin 2009, la contribution de France Télévisions au développement de la production audiovisuelle porte globalement sur le chiffre d'affaires réalisé par les services de télévision diffusés par voie hertzienne terrestre définis à l'article 3 du même décret et les services de médias audiovisuels à la demande édités par France Télévisions ou par l'une de ses filiales.

L'obligation de contribution à la production audiovisuelle de France Télévisions porte uniquement sur des œuvres européennes ou d'expression originale française, dites « patrimoniales » au sens de l'article 27 de la loi du 30 septembre 1986 modifiée, qui appartiennent aux genres suivants : fiction, animation, documentaire de création, vidéomusiques et captations ou créations de spectacles vivants. Ces œuvres doivent en outre relever de la production indépendante au sens de l'article 15 du décret n° 2010-747 du 2 juillet 2010, la société pouvant toutefois réaliser des investissements avec des entreprises qui ne sont pas indépendantes dans la limite de 5 % du montant de l'obligation.

France Télévisions a déclaré un montant de **402,160 M€** de dépenses en faveur de la production d'œuvres audiovisuelles européennes et d'expression originale française. Ses obligations et dépenses déclarées pour l'exercice 2013 sont inscrites dans le tableau ci-après

Les œuvres européennes qui ne sont pas d'expression originale française, éligibles aux aides financières du CNC, ont représenté 0,263 M€. Conformément à l'article 11 du décret n° 2010-747 du 2 juillet 2010, cette proportion représente moins de 10 % de la contribution réglementaire.

France Télévisions a valorisé dans sa contribution à la production audiovisuelle des dépenses consacrées à la promotion des œuvres (1,55 M€), au financement de festivals (0,174 M€) et des dépenses d'audiodescription des œuvres (0,572 M€).

Au regard des éléments fournis par France Télévisions, et sous réserve de changement de qualification pour les œuvres non encore diffusées à l'issue de l'examen de la déclaration, la société a respecté ses obligations de contribution au développement de la production audiovisuelle.

La société a respecté les dispositions relatives à l'étendue des droits cédés inscrites en annexe du décret n° 2009-796 du 23 juin 2009.

Le montant des dépenses déclarées au titre de l'obligation réglementaire de contribution au développement de la production audiovisuelle patrimoniale est supérieur au niveau d'investissement en valeur absolue figurant dans son contrat d'objectifs et de moyens 2011-2015, qui s'élève pour 2013 à 400 M€.

CA de référence* : 2 010,230 M€	Obligations	Réalisation
Œuvres audiovisuelles patrimoniales	20% 402,046 M€ minimum	20% 402,160 M€
Maximum avec producteurs dépendants	5% de l'obligation 20,102 M€ maximum	1,7% 6,882 M€

Source : CSA - Direction des programmes

* Chiffre d'affaires 2012 des services de télévision diffusés par voie hertzienne terrestre et services de médias à la demande (article 9 du cahier des charges), déclarés par France Télévisions, après déductions réglementaires (art. 8 du décret n° 2010-747).

La liste des œuvres audiovisuelles déclarées par France Télévisions au titre de son obligation figure en annexe 15.

Obligations et engagements particuliers

➤ Les programmes destinés à la jeunesse

Article 13

II. - France Télévisions doit renforcer sa place de premier investisseur dans les programmes jeunesse en France pour pouvoir offrir un large choix de programmes pour tous les âges. À ce titre, la société réalise un effort particulier dans le domaine de la production originale d'émissions pour la jeunesse et s'efforce de promouvoir la production d'animation d'expression originale française conformément aux accords particuliers sur l'animation qu'elle a conclus avec les représentants des professionnels.

Au sein des investissements déclarés par France Télévisions au titre de son obligation de contribution au développement de la production audiovisuelle, les dépenses réalisées pour les œuvres d'animation audiovisuelles représentent 28,388 M€ et celles pour des œuvres cinématographiques d'animation représentent 1,6 M€ soit un total de **30,438M€** :

- 27,168 M€, soit 94,7 % de cette somme, ont été investis dans le préfinancement d'œuvres d'animation audiovisuelles ;
- l'intégralité de ces œuvres d'animation est d'expression originale française.

➤ Le documentaire

Article 12

France Télévisions s'efforce de conserver sa première place dans le documentaire et veiller à maintenir l'écart avec les chaînes privées en tant que [...] co-investisseur.

91,601 M€ de dépenses dans la production de documentaires européens et d'expression originale française (hors documentaires régionaux qui ne sont pas déclarés au titre de la contribution) ont été déclarés par France Télévisions, ce qui représente 22,9 % des dépenses déclarées.

- 89,215 M€, soit 97,4 % de cette somme, ont été investis dans le préfinancement de documentaires ;
- 90,322 M€ pour des dépenses en faveur de documentaires produits par des producteurs indépendants ;

- l'intégralité de ces dépenses a été investie dans des œuvres d'expression originale française.

➤ **Le spectacle vivant**

Dans l'accord pluriannuel relatif aux œuvres patrimoniales de spectacle vivant 2012-2015 signé le 22 novembre 2012, qui porte sur les œuvres d'expression originale française ou européenne éligibles au Cosip, quel que soit le support, France Télévisions s'est engagé à garantir une contribution d'un minimum de 29M€ constitué essentiellement de numéraire sur la période 2012-2013.

France Télévisions a respecté cet engagement en investissant en 2012 et 2013 dans le spectacle vivant **34,210 M€** cumulés, dont 70% en numéraire.

➤ **Innovation dans les programmes**

Article 23

...

La société consacre notamment un effort significatif aux dépenses d'écriture, de développement, et à la production de pilotes, dans le but de favoriser le renouvellement des formats et des écritures et d'améliorer la compétitivité des programmes français sur le marché international.

Au sein des investissements déclarés par France Télévisions, les dépenses de conventions d'écriture et de développement représentent 0,648 M€.

➤ **Recours aux moyens propres de production**

Article 25

Lorsque France Télévisions recourt à ses moyens propres de production, elle établit le coût complet de leur utilisation pour les œuvres audiovisuelles et le porte tous les ans à la connaissance du Conseil supérieur de l'audiovisuel. Elle rend compte régulièrement à son conseil d'administration de l'utilisation de ceux-ci.

Elle peut recourir à ses moyens propres de production pour la réalisation des émissions diffusées sur les services qu'elle édite. Toutefois, en matière de fiction, l'utilisation de ces moyens propres ne saurait excéder 40 % du volume annuel.

Elle participe à des accords de coproduction avec Arte France et peut, pour les émissions qu'elle produit en tout ou partie, recourir aux dépenses au titre de l'obligation de contribution à la production pesant sur un ou plusieurs services qu'elle édite.

Elle assure l'égalité de traitement entre les producteurs d'œuvres audiovisuelles et favorise la libre concurrence dans le secteur de la production. Elle veille à ce que les contrats qu'elle passe avec les producteurs soient signés avant la mise en production et s'attache à favoriser la réalisation des productions dans les États membres de l'Union européenne.

Les contrats que la société conclut en vue de l'acquisition de droits de diffusion comportent la valorisation des droits acquis, individualisant le nombre de passages, leur durée de détention et les territoires concernés pour les services qu'elle édite concernés par leur diffusion. Cette obligation ne porte pas sur les contrats d'acquisition de droits de diffusion de vidéomusiques.

Les montants déclarés par France Télévisions en apports en industrie pour la production inédite de fiction ont représenté 11 % des investissements totaux déclarés dans la fiction.

PRODUCTION AUDIOVISUELLE ET CINEMATOGRAPHIQUE

	France 2		France 3		France 4		France 5		France Télévisions	
	Obligation	Réalisation	Obligation	Réalisation	Obligation	Réalisation	Obligation	Réalisation	Obligation	Réalisation
● Œuvres audiovisuelles Œuvres EOF ou européennes patrimoniales indépendantes	-		-		-		-		402,046 M€	402,160 M€
● Œuvres cinématographiques										
Œuvres européennes	36,373 M€	34,337 M€	22,739 M€	23,273 M€	2,440 M€	2,700 M€	-	-	57 M€ (COM)	61,410 M€
Œuvres EOF	25,981 M€	32,507 M€	16,242 M€	22,573 M€	1,742 M€	2,090 M€	-	-	-	-

Source : CSA – Direction des programmes

Annexes
