

TELEVISION NUMERIQUE

&

PROJET HORIZON 2008 DE FRANCE 3 CORSE.

Marie-Michelle Venturini

Université de Corse Pascal Paoli
mmventuri@univ-corse.fr

Yann Bertacchini

Université du Sud *Toulon-var*
Maître de Conférences, HDR
Expert près l'U.E
bertacchini@univ-tln.fr

Résumé :

Dans cet article, nous exposons les éléments qui permettent d'appréhender et de comprendre le contexte et l'arrivée de la télévision numérique en France, d'en saisir les enjeux tant au niveau national que régional, avec le projet de France 3 Corse.

Mots-clé :

Décentralisation ; Local ; Numérique ; Territoire ; Télévision ; Tic.

INTRODUCTION

La dimension locale est un contrepoids à la mondialisation, un lieu d'enracinement et de refondation qui donne à chacun d'entre nous des repères structurants et concrets. Le lien social et affectif se construit, en effet, au coeur du proche entourage qui fournit l'essentiel des informations nécessaires à la vie quotidienne : à l'échelon local, on se connaît, on se comprend. Aujourd'hui le local, porteur de sens, est réhabilité face au global, où les identités paraissent plus diffuses voire plus diluées.

Lorsque nous faisons référence au local, nous évoquons en fait et, de fait, la bonne distance à trouver entre les acteurs d'un territoire et leurs représentations, entre leur mode de vie et leur inclusion à un, voire plusieurs groupes locaux. Cette distance peut être traduite par un mot, la proximité et traduire soit, une vision de l'humanité soit, la production d'obstacles et de barrières que cette échelle se propose de réduire. Cette mise à distance peut révéler aussi l'absence de communications, de relations au sein des groupes et d'organisation d'un territoire.

La mondialisation et la diffusion technologique modifient notre rapport au milieu naturel, montrent et soulignent toute la dispersion de l'espèce humaine et les différents moyens et formes de communication proposés réduisent cette distance. En corollaire, il s'établit un lien contradictoire qui agit sur l'unité ou l'hétérogénéité territoriale.

Dans ce contexte d'informations et d'interrelations, l'image en général et la production audiovisuelle en particulier sont appelées à jouer un rôle majeur. Depuis vingt années, en France, les télévisions locales, ont contribué à faire exister et à promouvoir cette dimension de proximité et ont probablement invité les téléspectateurs à maintenir ou à renouveler leur intérêt pour la vie locale. La proximité, c'est l'échelle où le téléspectateur peut aussi être acteur de la vie culturelle, sportive, associative, économique, citoyenne.¹

En effet, la télévision dite de proximité traite de tous les aspects de l'environnement du

téléspectateur : vie culturelle, associative, sportive, éducative, économique. Les habitants d'un territoire font de plus en plus part d'une demande toujours plus pressante d'une démocratisation de l'accès à l'information. Dans cette perspective, les télévisions locales structurent le paysage audiovisuel et participent à l'aménagement de nos territoires : les régions qui ne seraient pas dotées de cet équipement ne pourraient répondre à ces besoins et accuseraient un retard impossible à compenser.

Notre article se propose, in fine, de présenter dans ce paysage audiovisuel le projet Horizon 2008 de France 3 Corse en commençant par rappeler la situation de la télévision locale en France, puis situer les perspectives numériques de la Tv locale enfin, présenter le projet de France3 Corse..

LA SITUATION DE LA TELEVISION LOCALE EN FRANCE

Une attente du public

Avec le développement des nouvelles technologies de communication, la progressive intégration de la télévision de proximité dans notre paysage audiovisuel va répondre aux attentes des téléspectateurs qui trouvent dans cette télévision singulière une forme de compensation à un certain " éloignement " de l'audiovisuel, dont les programmes s'internationalisent de plus en plus. La télévision locale, plus authentique et familière, est un moyen de nourrir et d'affermir une culture locale, capable de dynamiser la citoyenneté de proximité.

Bref, le public souhaite une " télévision-miroir " qui reflète ce qu'il vit et dans laquelle il se reconnaît. La régularité des performances d'audience des journaux régionaux et locaux, de France 3 ou de M6, l'attachement des habitants des villes qui en sont dotés à leur télévision hertzienne (TLT à Toulouse, TLM à Lyon, ou encore Clermont/1^{ère} à Clermont-Ferrand) mais aussi l'attrait confirmé pour les services locaux du câble sont autant de preuves qui attestent de l'intérêt pour l'information de proximité.

Aujourd'hui, des initiatives locales se multiplient et confortent, je l'espère, le début d'un développement durable de la télévision

¹ in [<http://www.avicca.org>]

locale : TV7 à Bordeaux inaugurée en juin dernier, Canal 32 à Troyes autorisée pour une durée de 5 ans et inaugurée il y a quelques jours à peine. Deux chaînes en cours de création devraient voir le jour à Tours et dans les Hautes-Alpes dans les mois à venir. Viendront ensuite Nantes et Grenoble. D'ici à 15 mois, une quinzaine de télévisions locales hertziennes permanentes devraient être en activité.

Cet accroissement récent du nombre de télévisions locales constitue sans aucun doute une avancée concrète. Mais ce n'est pas encore suffisant. A bien des égards, le bilan de la télévision locale dans notre pays est mitigé et justifie des aménagements importants.

Aujourd'hui, la télévision de proximité n'a pas véritablement réussi à s'insérer dans notre paysage audiovisuel qui est marqué par une dominante généraliste et qui s'apparente à ce qu'était le paysage radiophonique des années 70.

Le retard français

La France enregistre en effet un important retard par rapport aux États-Unis, où la télévision est née du local, mais aussi par rapport à ses voisins : de tous les pays européens, la France est en effet le pays où la télévision de proximité est la moins développée.

Quelques exemples parlants : l'Italie a libéralisé les ondes par le local, l'Allemagne a structuré son système audiovisuel autour du local.

Comment expliquer cette distorsion ?

La raison en est d'abord historique et politique. L'architecture du secteur audiovisuel diffère considérablement d'un pays à l'autre car elle est fonction d'une histoire, d'un découpage administratif et géographique, bref d'une culture et d'une somme de particularités qui façonnent un paysage audiovisuel. Les nations ont donc des télévisions qui leur ressemblent. Dès son origine, la télévision française a pris un strict caractère national et, pendant très longtemps, le local n'a été admis qu'au travers des décrochages des chaînes nationales ; rien d'étonnant dans un pays à forte tradition jacobine et centralisatrice. Au contraire, les pays où la pratique de la décentralisation est

plus courante et familière font naître des télévisions qui intègrent dès l'origine la dimension locale ou régionale, réalités institutionnelles à part entière. Les réseaux nationaux sont alors des fédérations, à l'image du pays.

2 - Un autre facteur tient à la rareté des fréquences hertziennes et aux régimes juridiques mis en place : appliqués à la télévision locale, ils demeurent contraignants.

3 - Le mode de financement restreint peut également expliquer le retard français : le secteur de la distribution demeure un secteur interdit à la télévision, ce qui prive les services de communication audiovisuelle locale d'une ressource principale de financement. Tous ces éléments expliquent la présence marginale de la télévision locale dans notre paysage audiovisuel.

Un secteur hétérogène

Le secteur audiovisuel local, les canaux locaux du câble mis à part, ne compte aujourd'hui que dix chaînes locales en métropole, quatorze dans les Dom-Tom, trente-cinq programmes régionaux de France 3 et douze décrochages locaux de M6.

C'est donc une situation très hétérogène :

- hétérogénéité des statuts et des formats : les télévisions locales peuvent être permanentes, autorisées pour une durée de 10 ans ou temporaires ; elles peuvent émaner d'associations, de fondations, de sociétés, de villes, de régions municipales ;

- hétérogénéité des zones de diffusion et des contenus de programmes. Des télévisions de ville côtoient ainsi des télévisions de pays comme Aquitaine TV en Dordogne ou 8 Mont-Blanc en Savoie et Haute-Savoie, mais également des télévisions de proximité plus resserrées telles que Télé 102 aux Sables-d'Olonne et Télé Sud Vendée à Luçon. Face au relatif isolement de zones géographiques telles que les Dom-Tom, le Conseil a été également amené à accorder un certain nombre d'autorisations à la Réunion, aux Antilles, en Guyane tout comme il l'a fait en Polynésie française ;

- hétérogénéité des modes de diffusion : beaucoup d'expériences audiovisuelles locales se sont déroulées en dehors de tout cadre juridique, empruntant des moyens de diffusion

souvent restreints et échappant à toute contrainte juridique telle que la vidéo, les antennes collectives ou les réseaux câblés internes.

Les canaux locaux du câble, en revanche, conventionnés par le Conseil et qui relèvent d'un régime juridique spécifique, ont contribué à créer l'identité locale de la télévision. Le plan câble en 1982 faisait de la télévision locale l'élément central de la câblo-distribution et oblige les opérateurs à créer des canaux locaux. Puis la loi du 30 septembre 1986 est venue alléger le dispositif en prévoyant non plus l'obligation mais la possibilité pour le câble de réserver un canal à l'expression locale. Grâce à ces dispositions, on compte, en novembre 2001, 98 services locaux distribués par câble, de formats divers. Il ne faut pourtant pas surestimer la capacité du câble en France qui souffre encore d'une faible pénétration, puisque seul un foyer sur 3 en bénéficie, contrairement à d'autres pays européens.

Le hertzien reste donc pour l'instant le meilleur moyen dont dispose la télévision locale pour toucher un large public et pour démocratiser ce mouvement.

LES PERSPECTIVES NUMERIQUES DE LA TELEVISION LOCALE

Le bouleversement numérique du paysage audiovisuel français offre une chance formidable pour la télévision de proximité.

L'évolution vers le numérique

Avec le numérique hertzien terrestre, le Conseil prévoit d'ouvrir la possibilité de diffuser 33 services de télévision. Ces nouveaux canaux seront répartis entre les chaînes du service public qui bénéficient d'un droit de priorité et les chaînes privées qui appartiennent à des sociétés de télévision déjà existantes ou à des sociétés qui souhaiteraient faire leur entrée dans le monde télévisuel à cette occasion.

Rappelons que le numérique c'est, d'abord :

- une quinzaine de programmes en clair, soit un triplement de l'offre télévisuelle gratuite pour les deux tiers des téléspectateurs qui, ne l'oublions pas, ne sont pas reliés à des systèmes payants et disposent après 20h d'un choix

limité à cinq programmes gratuits, voire moins pour certaines régions en proie à des difficultés de réception.

Les premières fréquences toucheront une part significative de la population. Dans la première phase, 50 % de la population est concernée. Cette couverture du territoire fera l'objet d'une montée en puissance rapide. Un taux de couverture d'environ 85 % de la population devra être atteint en deux ans.

2 - Une technologie numérique compatible avec les installations existantes qui permet un passage en douceur de l'analogique au numérique par la simple acquisition d'un boîtier d'adaptation, en attendant que les téléspectateurs disposent de téléviseurs numériques à des prix abordables.

3 - Enfin, c'est la possibilité de ménager un nouvel espace de développement aux télévisions locales. C'est dans cette perspective que le 24 juillet dernier, le Conseil a décidé d'affecter des capacités nécessaires pour 3 services locaux par zone couverte, cet aménagement valant pour chacun des 29 premiers sites planifiés. Ces canaux pourront être partagés et accueillir plusieurs opérateurs locaux selon des plages horaires déterminées, et notamment des télévisions locales associatives qui souhaitent rarement diffuser un volume quotidien de programmes de 24 heures. L'objectif du Conseil est de lancer un appel aux candidatures pour les services locaux durant le premier semestre 2002. Cette première étape de planification en appelle d'autres qui devront permettre de répondre zone par zone aux besoins locaux particuliers et de mettre en place des aménagements plus ciblés.

Les conditions de vie de la télévision locale

Si des voies propices à la télévision locale sont ouvertes, certaines questions restent néanmoins en suspens. Le Conseil, pour sa part, jouera pleinement son rôle en vue d'assurer à la télévision locale un cadre d'existence durable, concernant notamment son financement et ses conditions d'exploitation.

Les conditions de financement

Les modalités de financement restent à clarifier car elles peuvent être source de problèmes divers et déboucher sur des situations de distorsions de concurrence ou nuisant au

pluralisme de l'information. Reste à définir l'accès sous certaines conditions du secteur de la distribution à la publicité télévisée.

Par ailleurs, nombreux sont ceux qui s'accordent sur la légitimité et l'opportunité d'une participation financière des collectivités locales mais, aujourd'hui, la réglementation ne l'autorise que de manière marginale.

Les collectivités locales paraissent indispensables au succès de la télévision numérique locale

- par la contribution qu'elles sont susceptibles d'apporter au déploiement des infrastructures de diffusion ;

- par les nouveaux services locaux qu'elles pourront promouvoir et financer. En fait, il semble qu'il faille encourager un système de financement mixte, seul garant de l'autonomie de la télévision locale.

En outre, la question de la création, pour les associations, d'un fonds de soutien d'aide à la production locale doit être tranchée. Ce fonds de soutien, qui existe déjà dans le secteur radiophonique et qui a su montrer son efficacité, a été réclamé à plusieurs reprises par le Conseil depuis 1996. Les dispositions applicables au secteur de la radio, limitant les ressources publicitaires à 20 % du financement total, pourraient être réutilisées pour le secteur de la télévision locale associative.

Les conditions techniques

Un certain nombre de paramètres techniques sont par ailleurs à préciser : je veux parler des zones d'émission et des bassins de population qui doivent être définis et délimités en fonction de la nature du service proposé, de la répartition géographique des services locaux, de la constitution de réseaux locaux associatifs. Tout comme un équilibre entre télévisions associatives et commerciales est à mettre en place.

Le rôle du CSA

Pour la télévision locale, l'enjeu du numérique est donc de taille. Plus que jamais, l'activité de régulation est nécessaire pour préserver la diversité culturelle et l'identité de notre pays. Le marché doit être ouvert, mais il n'est pas le seul arbitre. Le CSA doit prendre en

considération d'autres facteurs que ceux dictés par la seule réalité économique. S'agissant de la régulation d'un paysage audiovisuel numérique, tout reste à inventer : notre activité dépendra en effet des contenus proposés par les opérateurs locaux, des supports utilisés, des partenariats et des synergies tissées entre les différents acteurs. La tâche du Conseil n'est pas aisée ; mais, en tant que régulateur, il est à même d'apporter des solutions plus rapides et mieux adaptées dans un monde audiovisuel en mutation. Il doit rendre ce développement possible sans pour autant créer de la fracture ou de l'exclusion, encadrer le mode de financement des médias par les collectivités locales sans le restreindre et, enfin, encourager les innovations et les projets aptes à renforcer la citoyenneté de proximité.

La dimension locale devrait être portée par un fort volontarisme de la part de différents acteurs : les collectivités locales, les associations, mais aussi les professionnels de la communication régionale.

La formidable ouverture numérique est à même de susciter la création, l'innovation, et les initiatives locales au service de la démocratie de proximité. Ainsi, après 20 ans de balbutiement, la télévision locale est en train de réunir les conditions pérennes de son existence qui doivent lui permettre d'obtenir la place à laquelle elle a droit au sein du paysage audiovisuel français. Mais ceci implique une volonté commune associant le législateur, le régulateur, les élus locaux, les opérateurs et les associations et exige la mise en place d'un cadre juridique spécifique et solide favorisant l'ouverture d'une voie spécifique à la télévision locale, se dégageant du modèle télévisuel dominant et contribuant au renforcement d'appartenance locale.

Un rapport Gouvernemental sur les possibilités de développement "des télévisions citoyennes de proximité" a été, sans doute, en son temps instructif et a précisé les contours de la télévision locale.

FRANCE 3 CORSE : TELEVISION REGIONALE

L'année 2004 fut synonyme de changement pour France 2 Corse. L'entreprise aborde le

premier tournant du lancement de la télévision numérique par satellite en formalisant un nom, une image, une programmation ... mais avant de découvrir ce que sera France 3 Corse par satellite, il nous apparaît important de retracer de façon synthétique le parcours de cette entreprise.

Statut : entreprise de service public, 13^{ème} région du groupe France 3.

*Création en 1982.

1992 : adoption du statut particulier de Direction Territoriale.

1993 : diffusion des premières émissions en langue corse et mise en place d'un service de programmes.

*Effectifs : 2004 : 170 collaborateurs permanents et plus d'une cinquantaine de salariés.

*Budget : 2004 : 17 millions d'euro.

*Activités : 520 heures de programmes diffusés par an (hors décrochages exceptionnels).

*Audience : Suite à une étude menée par la Direction des études de France 3 Corse en 2003 réalisée à partir d'un phoning sur l'ensemble de la population des 15 ans et plus, il apparaît que France 3 Corse enregistre une baisse d'audience relative, qui affecte principalement les programmes liés à l'actualité (activité fondatrice de l'entreprise).

France 3 Corse est implanté depuis une vingtaine d'années sur le territoire insulaire, son histoire et son développement sont profondément liés aux développements politiques de la Corse. Forte d'une notoriété liée à ses journaux d'information, l'entreprise souffre d'un déficit d'image au niveau de ses programmes auprès du grand public. A cela s'ajoutent des difficultés de représentation dans les médias insulaires, dues probablement à un esprit de compétition entre PQR (Presse Quotidienne Régionale) et communication audiovisuelle.

Cette entreprise s'est donc préparée à un changement d'envergure avec la mise en place de la télévision par satellite.

- Dans ce contexte, on peut se poser plusieurs questions.

- qu'est ce que la télévision numérique ? Quel est son parcours et son mode d'organisation en France ?
- Pourquoi est-elle un enjeu pour le paysage audiovisuel français ? quelles sont les perspectives de développement envisagées dans le secteur ?
- Quelle est la position du groupe France Télévisions ?
- Sur le plan régional, comment le projet de France 3 Corse a-t-il réussi à s'affirmer ?

Ces questions nous permettent d'émettre une problématique bien précise : il s'agit de comprendre le contexte et l'arrivée de la télévision numérique en France, d'en saisir les enjeux tant au niveau national que régional, avec le projet de France 3 Corse.

A partir de cette problématique nous pouvons déduire les trois grands axes de cet article :

1. un zoom sur les mutations que connaît le paysage audiovisuel français à l'heure de la mise en place du numérique hertzien. Cette partie fixe un cadre de départ qui implique la nécessité de créer des télévisions locales et régionales en France. Elle marque la relation entre le contexte global du secteur audiovisuel français et la naissance du projet de France 3 Corse.
2. une présentation de France 3 Corse Via Stella, nom définitif du projet de télévision numérique par satellite initié par France 3 Corse. Il s'agit ici de montrer l'évolution de cette entreprise.
3. une démonstration de l'importance d'un tel projet dans le cadre non seulement du développement territorial mais également de la construction des savoirs que nous pouvons alors rattacher à ce développement territorial.

L'audiovisuel, un secteur en plein essor

Avec l'arrivée de la TNT, prévue initialement à partir de mars 2005 et l'explosion des Nouvelles Techniques de l'Information et de la Communication (ADSL, câble, satellite ...) le secteur français de l'audiovisuel est en plein essor. La mutation engendrée par le numérique ouvre des possibilités nationales, régionales et locales de développement.

Les mutations du PAF (Paysage Audiovisuel Français)

Tout d'abord il y a eu une évolution de l'analogique vers le numérique.

En France le secteur de l'audiovisuel s'apprête à entrer dans une ère nouvelle, celle du numérique. Après le son, la photographie et le texte, comme pour tous les domaines d'activités liés à l'échange d'information, les images télévisées peuvent être converties en séries de nombres, standard binaire utilisé par l'informatique. C'est ce que nous appelons la numérisation du signal, principe déjà utilisé par les réseaux câblés.

L'appellation TNT découle de cette révolution technologique. Elle a pour objectif d'étendre le principe de la numérisation du signal à sa diffusion par voie terrestre.

Quelques explications complémentaires pour comprendre l'analogique et le numérique

L'analogie est un type de codage et de stockage d'information qui reproduit une image plus ou moins fidèle de l'amplitude électrique (valeur maximale atteinte par un courant alternatif au cours d'un cycle complet) d'un signal sur un support magnétique (ex. cassette vidéo). Le signal copié doit reprendre proportionnellement et en continu une multitude d'amplitudes émises par le signal original. Il peut donc y avoir une déperdition de l'information et une vulnérabilité aux parasites liées aux variations de l'amplitude électrique. L'analogique utilisé en télévision est par conséquent un système encombrant (1 chaîne = 1 canal de diffusion) dont la qualité d'image reste médiocre compte tenu des variations de l'amplitude électrique.

Le numérique repose sur un système informatique binaire dans lequel ne peuvent exister que 2 valeurs : 0 et 1. Le signal numérique est plus résistant aux aléas de la transmission car plus simple à diffuser. Une fois expédié, ce signal numérique est à nouveau décodé en analogique. Ainsi, outre une meilleure qualité de l'image et du son, la numérisation du signal permet de faire passer sur un même canal de diffusion cinq à six fois plus de chaînes différentes qu'en mode analogique. Ce système appelé multiplex est la base de la TNT.

La télévision numérique terrestre (TNT)

La TNT s'appuie sur le processus de numérisation mais aussi sur la couverture du territoire français par le réseau hertzien. Celui-ci est constitué d'un ensemble de stations relais installées au sol, qui servent à la fois de réseau de transmission et de réseau de diffusion. La télévision numérique offre l'avantage de multiplier l'offre télévisuelle, mais aussi de pouvoir transporter des informations de nature différente : images, sons, textes et données. Ce qui ouvre à la télévision hertzienne les mêmes perspectives de services interactifs que celles qui sont actuellement présentes sur le câble et le satellite.

Sur un plan professionnel, la numérisation du signal touche désormais toute la chaîne de production audiovisuelle, du capteur de la caméra jusqu'au récepteur du téléspectateur.

Cependant, pour recevoir les chaînes numériques hertziennes il est nécessaire d'effectuer un réglage des antennes réseaux classiques et d'équiper son poste de télévision d'un décodeur ou encore d'acheter un téléviseur numérique. La volonté du consommateur est donc un élément essentiel au développement de la TNT.

Cette définition doit être replacée dans un contexte afin de mesurer toutes les contraintes et les opportunités que suppose le passage de l'analogique au numérique en France. Ce changement de technologie est incontournable, mais une période transitoire sera mise en place afin que les chaînes hertziennes actuellement diffusées en analogique puissent être encore visibles tant que l'ensemble de la population ne sera pas équipé en numérique.

Outre le fait de se conformer à une avancée technologique durable, la TNT a des incidences profondes sur l'avenir du paysage audiovisuel français, notamment en ce qui concerne les chaînes de service public.

LA TNT : ETAT DES LIEUX

La TNT en France s'est faite attendre, preuve de la complexité de réaliser un projet d'une telle envergure. Pourquoi la TNT en France a-t-elle eu tant de difficulté à se concrétiser ?

En nous basant sur les sources du CSA (lettre n° 68, décembre 2003), nous pouvons constater qu'au niveau des pays européens, en

matière de TNT, la Grande Bretagne rencontre un succès considérable grâce à l'engagement de la BBC, société publique qui diffuse en numérique hertzien ses six chaînes thématiques à forte popularité. En Espagne le bilan est moins réjouissant puisque l'offre de la TNT se limite à quelques programmes principalement dans la région de Madrid. Mais le gouvernement souhaite continuer la promotion de la TNT.

En Suède, la TNT a connu un démarrage timide mais la simplification du modèle législatif de distribution en 2002 et une meilleure couverture du territoire a permis la création de 12 chaînes dont 4 publiques. En 2004 nous comptons 32 chaînes payantes dont 4 publiques.

En Finlande, la TNT a été lancée en 2001. Le taux de pénétration en 2003 est de 9,7% de la population . Ce succès est probablement imputable à la faible proportion de foyers couverts par le câble et le satellite.

En Allemagne le déploiement de la TNT se fait région par région. Depuis le 4 août 2003 toutes les chaînes hertziennes sont numérisées et ont cessé d'émettre en mode analogique dans l'agglomération de Berlin. Le modèle allemand est totalement gratuit.

Aux Pays Bas, lancée en Avril 2003 la TNT comprend une vingtaine de chaînes. Le câble et le satellite couvrent plus de 90% des foyers.

En Italie le TNT représente au moins 20 programmes gratuits. Le démarrage a été fortement encouragé par l'Etat sous forme d'une subvention à l'achat des décodeurs pour les foyers assujettis à la redevance télévisuelle.

En Suisse, la numérisation est déjà engagée, notamment dans la zone italienne et c'est donc la réception en portable qui est privilégiée.

Au Portugal le lancement de la TNT prévu initialement en août 2002 a connu un certain nombre de problèmes techniques, politiques et financiers. Le gouvernement travaille sur un nouveau plan d'introduction de la TNT.

Nous pouvons donc constater que la TNT a dépassé le stade de simple projet dans la majorité des grands pays européens. Les premiers résultats sont encourageants même si l'on ne peut pas parler de modèle exemplaire en matière de développement de la TNT. Chaque pays doit mettre en place un modèle de

TNT adapté à son environnement économique, politique et législatif.

Le processus de mise en place de la TNT en France

Avant de retracer un panorama des grandes étapes qui ont précédé le lancement de la TNT, nous allons définir son organisation et le rôle de chacun de ses acteurs.

Le processus de l'organisation de la TNT en France est le suivant :

Le CSA (Conseil Supérieur de l'Audiovisuel) est chargé d'organiser et de réguler le déploiement de la TNT en France. Les options retenues par la France sont de proposer une offre qui accorde une part égale entre chaînes gratuites et chaînes payantes. Le paysage audiovisuel français est schématiquement composé pour secteur de la télévision de trois catégories de sociétés :

- les sociétés de diffusion : la principale est Télédiffusion de France (TDF), filiale de France Telecom. Elle assure la diffusion du signal sur l'ensemble du territoire.
- Les société de transport du signal audiovisuel, opérateurs des réseaux du câble (France Telecom, Noos, Numéricâble) et du satellite (Canal Satellite, TPS, AB Sat).
- Les sociétés de programmation et de télévision, chaînes généralistes du service public (France Télévision, Arte) ou commerciales (TF1, M6) du réseau analogique hertzien et chaînes thématiques.

Le lancement de la TNT en France va modifier le profil de ces acteurs.

En Septembre 2000, conformément à la loi du 1^{er} août 2000, le CSA a conduit une vaste consultation relative à « l'aménagement du spectre hertzien en vue d'un développement optimal de la diffusion numérique terrestre ». La planification du spectre doit permettre le déploiement de la TNT sans perturber la diffusion actuelle des services de télévision en mode analogique.

2001 : Les travaux de planification ont confirmé l'existence de 6 multiplex dans les zones géographiques qui ont fait l'objet d'un appel à candidature. Le CSA a estimé qu'il serait possible de diffuser sur les 6 multiplex au moins 33 services de télévision. Par ailleurs, 8 canaux sont réservés pour les services du secteur public et 3 canaux pour les télévisions locales. Le CSA a lancé le 24 Juillet 2001, un appel à candidature pour les services nationaux de la TNT.

2002 : année charnière, puisque le 22 mars 2002, date de clôture de l'appel aux candidatures, 69 dossiers ont été déposés. Le 9 avril 2002, le CSA déclare recevables 66 dossiers.

2003 : l'organisation des multiplex se met en place. Le 28 février 2003, Michel Boyon remet un rapport complémentaire sur le déploiement de la TNT dans lequel il préconise un certain nombre de dispositions qui favorisent la relance du développement des télévisions locales (assouplissement de la législation et ouverture des secteurs interdits de la publicité ...).

2004 : lancement officiel de la TNT.

LE DEVELOPPEMENT DES TELEVISIONS LOCALES ET LES NTIC

Le développement de la TNT outre la multiplication de l'offre télévisuelle, permet à de nouveaux acteurs de faire leur entrée dans le paysage audiovisuel français : grands groupes de communication ou de presse, collectivités territoriales, associations, investisseurs privés ... tous bénéficient de la révolution du numérique et d'un cadre législatif favorable. Ainsi deux secteurs vont se démarquer et vont constituer les éléments moteurs du développement de la TNT :

- télévisions locales ou le principe de la télévision de proximité,
- nouvelles technologies au service de la diffusion des programmes audiovisuels.

Le développement des télévisions locales

La relance des télévisions locales est particulièrement nécessaire au moment où la

France aborde une nouvelle étape de la décentralisation, inaugurée par la révision constitutionnelle du 28 mars 2003, qui a notamment inscrit à l'article 1^{er} de la Constitution le principe selon lequel l'organisation de la République Française est décentralisée. Les chaînes locales ont pour vocation à accompagner l'affirmation d'une République décentralisée, tout comme le développement de la presse écrite a favorisé l'essor du parlementarisme, et celui des « mass médias » que sont la radio et la télévision, la généralisation du suffrage universel et l'entrée dans l'ère de la démocratie de masse.

La TNT grâce aux capacités de diffusion qu'elle offre, va ouvrir un nouvel espace aux chaînes de télévision locales ou régionales et permettre à la France de combler une partie du retard qui la sépare, dans ce domaine, de ses voisins européens.

Les (N)TIC :

Depuis le début des années 90, la convergence des secteurs audiovisuel, télécommunications et informatique et la généralisation de la technologie numérique ont été à l'origine de profonds bouleversements au sein du paysage audiovisuel. L'apparition du média Internet, l'évolution des modes de diffusion audiovisuelle et le développement des solutions logicielles d'interactivité en ont accéléré la mutation.

Aujourd'hui, toutes les conditions semblent réunies pour qu'émergent de nouvelles formes de télévision. Les nouveaux usages liés à une plus grande interactivité vont certainement générer une autre façon de regarder la télévision. La question qui se pose alors est celle du réseau le plus à même de s'adapter à ces nouveaux usages : câbles, satellite, hertzien ou ADSL.

FRANCE 3 DANS LA COURSE AU NUMERIQUE : LE PROJET HORIZON 2008

Le contexte : La télévision française connaît donc de grandes périodes de changement et doit répondre à une concurrence de plus en plus accrue. On assiste à une bataille entre secteur privé et secteur public, notamment en ce qui concerne les télévisions locales et

régionales, qui représentent le vecteur privilégié du développement de la TNT en France (compte tenu principalement de l'engagement du gouvernement français dans le processus de décentralisation). Avec l'abandon par le gouvernement Raffarin en 2003, du projet de mise en place de 8 télévisions numériques régionales (TNR) en mode partagé sur un même canal, France 3 se trouve dans une position défavorable pour concurrencer les chaînes locales privées de plus en plus nombreuses. Alors qu'elles peuvent désormais obtenir des recettes publicitaires importantes grâce à la levée de l'interdiction de publicité télévisée pour le secteur de la grande distribution, ces chaînes locales deviennent avec l'arrivée de la TNT, des concurrents directs des antennes régionales de France 3.

Cependant, France 3 dispose d'un maillage important sur le territoire français. Avec plus de 90 implantations territoriales, dont 13 antennes régionales, 37 éditions locales, 24 journaux quotidiens d'information et une offre de programmes de 22 000 heures par an, elle affiche clairement ses missions de service public et se positionne toujours comme le leader de la télévision de proximité.

Ainsi, depuis 2003 France 3 prépare l'avenir par le biais de la mise en place d'un projet d'entreprise baptisé « Horizon 2008 ».

LES OBJECTIFS DU PROJET « HORIZON 2008 »

Ce projet, présenté le 18 mars 2004, s'attaque à la restructuration complète de l'entreprise, de sa programmation à son organisation, en passant par sa gestion financière. Amorcé depuis 2003, Horizon 2008 est avant tout un projet éditorial fort. Son objectif est de faire de France 3 à l'échéance de 2008, « la seule chaîne généraliste construite autour de la thématique de proximité ». Cette ambition est une manière de faire face à la concurrence en apportant un projet novateur qui couvre l'ensemble des offres proposées actuellement dans le secteur de la télévision française. Cet objectif se décline en plusieurs parties :

- affirmer son positionnement en tant que chaîne française de référence, chaîne leader de la proximité en s'appuyant sur la puissance de son réseau et se nourrissant de ses

particularités : proximité géographique, proximité des centres d'intérêts, interactivité avec ses téléspectateurs et chaîne du lien social entre toutes les catégories de téléspectateurs (urbains, ruraux, jeunes, âgés ...).

- Renforcer la marque « France 3 » dans son environnement.
- Donner une visibilité à l'ensemble des collaborateurs sur l'évolution de leur entreprise.
- Conforter ses relations avec les partenaires territoriaux.

France 3 se doit donc de relever 4 défis :

- l'axe antenne : le projet Horizon 2008 se base sur la recherche de l'innovation. Celle-ci doit s'appuyer sur une ligne éditoriale forte qui se définit en deux mots : proximité et différence.
- L'axe information : France 3 se donne pour objectif en matière d'information de contribuer à donner aux téléspectateurs les clés qui leur permettront de mieux comprendre le monde dans lequel ils vivent.
- L'axe ressources humaines et communication : au-delà de la gestion et de l'administration du personnel, une politique ressources humaines n'a de sens que par rapport au projet d'entreprise dans lequel elle s'inscrit. Dans le cadre du projet Horizon 2008, cette politique s'articule autour de 4 objectifs essentiels :
 - mettre en place une gestion des ressources humaines au service des contenus et de la maîtrise éditoriale,
 - élargir le dialogue social et développer les démarches participatives,
 - promouvoir une politique de développement social favorisant l'égalité des chances et la solidarité,
 - maîtriser son développement par l'adaptation de l'organisation de ses activités, le renforcement de l'emploi permanent.
- L'axe organisation et moyens.

Le 29 janvier 2001, dans le cadre d'une table ronde organisée par la Cinémathèque de Porto Vecchio sur le thème : « France 3 Corse et la création audiovisuelle », Sampiero Sanguinetti, alors directeur du magazine Mediterraneo, parlait pour la première fois de la possible création d'une chaîne numérique insulaire. Cette déclaration intervient dans un contexte privilégié, puisque la loi du 1^{er} août 2000 et l'officialisation de la naissance de la holding France Télévisions annoncent les débuts du projet de déploiement de la TNT en France. Au sein de ce projet, France Télévisions envisage de créer 8 chaînes régionales numériques, parmi lesquelles figure la Corse.

Figure emblématique de France 3 Corse et spécialiste du monde méditerranéen, Sampiero Sanguinetti réintègre l'équipe de la chaîne régionale le 28 juin 2001 avec pour mission de concrétiser le projet de télévision numérique corse. Le 6 juillet 2001, lors d'une conférence de presse, le projet baptisé « Corse-Méditerranée » voit le jour. 17 heures de programmation, les technologies les plus avancées et une volonté de développer la filière audiovisuelle en Corse, tel est l'objectif ambitieux mais réalisable que René Siacci et Sampiero Sanguinetti se sont fixés pour l'avenir de France 3 Corse. Il aura fallu quatre ans, entre espoirs et désillusions pour que France 3 Corse puisse enfin poser les premières pierres d'un édifice important notamment dans le cadre du développement territorial.

LE PROJET DE FRANCE 3 CORSE : UN CONTEXTE PARTICULIER

Intégré au départ dans les huit télévisions régionales numériques (TNR) de France Télévisions, le projet de France 3 Corse a vite trouvé son autonomie et a fait prévaloir ses particularités, notamment dans le mode de diffusion choisi.

Pourquoi une chaîne par satellite ?

Alors que le gouvernement Jospin opte pour le lancement de la TNT, la Corse choisit de mettre en place une télévision numérique par satellite. Il ne s'agit pas d'une manière de se démarquer mais plutôt d'un choix stratégique qui répond à la réalité du terrain en Corse.

Plusieurs facteurs justifient le choix de France 3 Corse :

- la première raison et probablement la plus importante, est que la Corse possède un relief accidenté qui rend le numérique terrestre coûteux et inutile en dehors des grandes villes.
- Compte tenu du relief, la mauvaise réception du réseau hertzien pousse de plus en plus de foyers à se doter d'antennes paraboliques ce qui d'une part, occulte la réception des émissions régionales de France 3 Corse et d'autre part, entraîne une érosion progressive de son audience. La Corse étant la première région de France en matière d'achat d'équipements paraboliques, France 3 Corse devait se conformer à une diffusion par satellite pour conserver une certaine visibilité et donner toutes ses chances au lancement d'une nouvelle chaîne de télévision.
- Le numérique hertzien présente certes l'avantage d'être desservi sur tout le territoire français sans engendrer l'achat de matériel coûteux mais il suppose aussi une offre limitée pour un public défini géographiquement (dans le cadre du projet TNR de France Télévisions, un seul canal aurait été attribué pour les 8 chaînes régionales les obligeant à partager le territoire). La Corse a connu entre le 19^{ème} et le 20^{ème} siècle un fort déplacement de population vers le continent. Cette population migrante est aujourd'hui estimée entre 600 000 et 800 000 personnes, soit entre deux et quatre fois plus que la population insulaire. Profondément attachés à leur terre et à leur culture, ces individus sont souvent très peu informés de ce qui se passe sur l'île. Il y a donc un réel besoin dans ce domaine, besoin qui ne peut être satisfait que si France 3 Corse choisisse l'option d'une diffusion par satellite.
- Autres éléments qui jouent en la faveur du satellite : le secteur touristique a besoin d'un vecteur de communication et de promotion fort pour s'enrichir et se développer. L'image télévisuelle est un bon moyen d'attirer, de faire découvrir ou tout simplement de

rappeler ce que la Corse peut offrir en dehors de l'image classique, souvent négative, que les différents médias proposent. Par satellite, outre le public français, France 3 Corse peut espérer toucher une cible touristique étrangère. Ainsi nous entrons dans le domaine de la télévision sans frontière.

- A cela nous pouvons également ajouter la situation géographique particulière de la Corse, au cœur de la Méditerranée, au croisement de plusieurs continents, de plusieurs cultures. Ce positionnement et l'insularité que l'on retrouve dans tout le bassin méditerranéen sont autant de possibilités d'échanges et de développement que France 3 Corse ne peut négliger. De plus, cette perspective s'inscrit directement dans les directives de la politique régionale de l'Union européenne (Programmes Interreg ...) et permet à France 3 Corse d'envisager des appuis supplémentaires.
- Le dernier élément concerne la création d'une chaîne par satellite ayant une portée européenne permet d'envisager le développement de la filière audiovisuelle et communication en Corse. Nous rejoignons là une problématique de recherche basée sur le développement du territoire à partir de la construction des savoirs.

Ainsi pour être visible dans une grande partie de la Méditerranée, le satellite représente la seule solution répondant aux objectifs voulus par René Siaci et Sampiero Sanguinetti, à savoir : une télévision de plein exercice, diffusant des programmes sur la totalité de la journée, à destination d'un public élargi, qui s'articule autour de trois concepts : la Corse, l'insularité et la Méditerranée.

Soutenu par les pouvoirs publics à l'annonce du projet de télévision Corse Méditerranée, les aléas politiques, nationaux et régionaux, ont aussi joué un rôle déterminant jusqu'au lancement du projet dernièrement : entre 2001 et 2004 deux gouvernements opposés se sont succédés, entraînant l'abandon puis la relance des projets de TNT. France 3 Corse a su maintenir le cap dans un contexte souvent difficile.

Le contexte politique

Les pouvoirs politiques nationaux sont à l'origine du projet TNT en France. Le gouvernement Jospin, avec la loi Trautmann d'août 2000 a fixé un cadre législatif qui annonçait le déploiement du numérique terrestre en deux ans. Cependant, les élections présidentielles de 2002 ont changé la donne, avec la mise en place d'un nouveau gouvernement, plus hostile à la réalisation d'un projet d'une telle envergure. En effet, le rapport de Michel Boyon met en exergue les insuffisances de la loi d'août 2000 et parle de retard accumulé par l'ancien gouvernement dans l'organisation du numérique hertzien. Au-delà de ces considérations politiciennes, il y a une réelle remise en cause des conditions de déploiement de la TNT, non pas du passage au numérique hertzien, réalité incontournable en Europe, mais du poids du service public dans ce processus.

Le changement de gouvernement a entraîné un retard dans la mise en place de la TNT en France. De son côté, France 3 Corse a bien entendu subi les aléas de la politique nationale mais elle a aussi su se distinguer pour que son projet puisse se concrétiser. Si au départ la nouvelle chaîne « Corse Méditerranée » fait partie du projet TNR de France 3, elle s'en éloigne rapidement par sa spécificité de diffusion satellite. Ainsi elle n'a pas connu l'échec des TNR. Cependant, le poids de la politique, notamment en matière de financement, demeure déterminant.

Le contexte politique, national et régional, a fonctionné comme un tremplin pour le projet de France 3 Corse mais il a aussi ouvert la possibilité de développer des initiatives privées qui mettent fin au monopole de la chaîne régionale publique et s'ancrent dans la perspective d'une réglementation favorable.

EN CONCLUSION INTERMEDIAIRE : LA FORMULE DE FRANCE 3 CORSE VIA STELLA

Après 20 ans d'existence France 3 Corse passe d'un statut d'antenne régionale du groupe France 3, forcément limitée dans ses choix éditoriaux, dans ses moyens d'actions et dans

sa promotion, à une chaîne régionale numérique de plein exercice.

Le projet de France 3 Corse s'inscrit donc dans le cadre de la responsabilisation et de la décentralisation prônées par le projet Horizon 2008. Annoncé depuis 2001, le projet « Corse Méditerranée » devient progressivement une réalité, notamment depuis l'annonce le 2 juillet 2004 de son nom définitif. La concrétisation de ce projet passe par trois facteurs :

- une philosophie et un contenu pour un public et une ambition,
- une nouvelle organisation, un nouveau fonctionnement,
- une bonne communication.

Afin de traduire l'importance d'un tel projet pour le développement territorial insulaire par la construction des savoirs, nous empruntons un texte extrait de la plaquette relative au lancement de la télévision satellite²:

« Les coproductions.

Coproduire, c'est avant tout mettre en commun des savoirs faire humains et des moyens de fabrication.../...La coproduction ouvre la perspective d'un développement économique en générant des financements régionaux. »

² Convention du 2 juillet 2004.

Repères bibliographiques:

Aufin, Christian., Dutoit, Christian., *La télévision par satellite*, Coll. Que sais-je ?, 3462, PUF.

Agnola, Michel., *La télévision sur internet*, Coll. Que sais-je ? n° 3648, PUF.

Besson, René., *Réception TV numérique et analogique : Satellite, câble, numérique terrestre, WebTV*, Dunod, 2002.

Bertacchini, Yann., *Intelligence territoriale -volet 2-, Mesurer la distance, Pensez la durée, Mémoriser le virtuel*, Collection Les E.T.I.C., Presses Technologiques, 275 p, octobre 2004.

Dörr, D., « Réglementation et politique européennes des médias », in Institut Hans-Bredow de la Radio & Télévision (dir.scientifique), *Systèmes de radio et télévision en Europe, Observatoire européen de l'audiovisuel*, Strasbourg, 2000.

« Les télévisions de proximité », in Les Cahiers de l'audiovisuel, n° 4, Juin 1995.

Les enjeux de la télévision numérique locale, Conseil national de l'aménagement et du développement du territoire (CNADT) – Paris, 27 novembre 2001.

Fansten, Michel (Sous la dir. De.), *Les télévisions de proximité*, Services des Etudes, Ed. Publication du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, mai 1996.

Grataloup, Christian., « L'homme & la distance », Conférence *Université de tous les savoirs*, Paris, 2003.

« Quel avenir pour la télévision numérique terrestre ? », Les dossiers de l'audiovisuel n°98, co-édition INA/La documentation Française.

Charon, Jean.Marie., *Les médias en France*, Paris, La Découverte, 2003.

Balle, Francis., *Médias et sociétés*, Paris, Monchrétien, EJA, 11^{ème} édition, 2003.

Sanguinetti, Sampiero., « Etat de la réflexion sur la politique éditoriale », France3 Corse Satellite, *Convention du 2 juillet 2004*.

« TNT : horizon 2005 sans la TV locale ? », in Avizoom, [<http://www.avicca.org>], n°54, juin 2004.

« TNT : ne pas rester au milieu du gué », in Avizoom, [<http://www.avicca.org>], 27 décembre 2004.

TNR mode d'emploi³

La compression numérique : pour réduire la quantité d'informations à diffuser, image et sons subissent un codage numérique (MPEG 2 pour les images et Musicam pour le son)

Le multiplexage : il permet la diffusion dans un même canal de six programmes organisés en un multiplexe.

Réseau & Transport : la diffusion numérique emprunte les bandes de fréquences déjà allouées à la télévision analogique en utilisant les canaux adjacents, soit une ressource équivalente à 6 multiplexes soit, 36 canaux.

³ D'après un document édité par France 3, Direction de la Communication, mars 2002.