



HAL
open science

Les identités régionales à l'épreuve de la TNT

Nathalie Antiope, Olivier Pulvar

► **To cite this version:**

Nathalie Antiope, Olivier Pulvar. Les identités régionales à l'épreuve de la TNT. L'OUVERTURE NUMERIQUE: DU LOCAL AU GLOBAL La télévision numérique terrestre dans les DOM : quels enjeux socio-économiques et socioculturels pour nos sociétés ultramarines?, CAGI-CRPLC/Université Antilles-Guyane, en collaboration avec IDETCOM/Université Toulouse 1-Capitole, Jun 2010, Lamentin (Guadeloupe), France. hal-01152892

HAL Id: hal-01152892

<https://hal.univ-antilles.fr/hal-01152892>

Submitted on 19 May 2015

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Les identités régionales à l'épreuve de la TNT

*Nathalie Antiope, Olivier Pulvar
CRPLC-CNRS UMR 8053
Université Antilles-Guyane*

L'OUVERTURE NUMERIQUE: DU LOCAL AU GLOBAL

La télévision numérique terrestre dans les DOM : quels enjeux socio-économiques et socioculturels pour nos sociétés ultramarines ?

**Colloque CAGI-CRPLC/Université Antilles-Guyane, en collaboration avec
IDETCOM/Université Toulouse 1-Capitole**

La Médiathèque du Lamentin, Guadeloupe, 17-18 juin 2010

Comme c'est le cas pour toute innovation technique, l'avènement de la Télévision Numérique Terrestre (TNT) en France repose sur un ensemble d'imaginaires technologiques. En effet, l'illusion techniciste se cristallise autour de la croyance collective selon laquelle la technique recèlerait des vertus humanistes, à savoir, le progrès, le développement, la démocratie, la réduction des inégalités, la rencontre, l'échange, le partage, etc.

La TNT est d'abord une technologie prometteuse qui performe le mode de diffusion hertzienne. Elle permet de diffuser sur un même canal hertzien de six à dix chaînes au lieu d'une seule en analogique. Elle augmente l'offre de programmes (chaînes nationales publiques et privées, chaînes locales publiques et privées) en proposant un bouquet de chaînes gratuites en qualité numérique. Ainsi, la TNT se présente comme une technologie produite avec la volonté de répondre aux attentes des utilisateurs en termes de confort visuel et sonore. Dans la perspective de l'arrêt de la diffusion hertzienne analogique, la TNT permet également d'allouer les fréquences libérées à d'autres modes de télécommunication en pleine expansion tels que la radio numérique, la télévision mobile personnelle, Internet sans fil, les télécommunications professionnelles, la téléphonie, etc.

La TNT soulève aussi de nombreuses interrogations dans le contexte des espaces infranationaux en général, quant à l'équilibre et à la reconfiguration des paysages audiovisuels locaux dans un espace national. Immanquablement, l'augmentation de l'offre de programmes télévisés au plan quantitatif conduit à s'interroger sur la question de la qualité de la programmation, et par conséquent de sa finalité. Quels besoins d'information et de communication sont-ils à satisfaire ? De quelle nature les conséquences sont-elles en termes d'identification et d'identités ? Quels rapports entre les voies de diffusion et les moyens de production ? Quelle complémentarité entre l'augmentation et la pluralité des programmes ? Quelles incitations pour les chaînes à s'organiser dans le cadre de partenariats ?

Dans cette perspective, le présent article vise à questionner les enjeux de l'arrivée de la TNT dans le contexte singulier des Départements français d'Amérique (DFA). En effet, cette innovation technique permettra-t-elle de répondre aux mêmes besoins que ceux qui s'expriment en France continentale? Quelle place sera faite aux expressions culturelles régionales, locales ? Comment TNT peut-elle rimer avec diversité culturelle ? Comment et de quels moyens (financiers, humains, infrastructurels) les chaînes locales disposeront-elles pour faire face à ces changements en termes de diffusion et d'offre de programmes ?

Après un bilan rapide des cinq premières années de la TNT en France *métropolitaine*, nous nous attacherons à mettre en évidence les caractéristiques du paysage télévisuel des DFA avant de nous interroger sur les enjeux de l'arrivée de la TNT dans ces territoires, et sur les nouvelles problématiques socioéconomiques et socioculturelles qui se cristallisent autour de l'avènement de cette révolution numérique.

I. La TNT en France, 5 ans après...

Avant de nous intéresser à la situation spécifique des DFA, il apparaît essentiel de mettre en exergue les enseignements des cinq premières années de la TNT en France, pour envisager les possibles métamorphoses que cette technologie engendrera dans les sociétés insulaires. Ce premier bilan ouvre en effet le débat sur certaines questions : Pourquoi la TNT arrive cinq ans plus tard dans les DFA ? Et à quels besoins cela répond-t-il ?

A. Une (r)évolution bien orchestrée ...

Il s'agit, ici, de comprendre la manière dont cette nouvelle technologie s'est déployée dans les régions de l'Hexagone, afin de s'interroger sur la manière dont elle pourrait s'asseoir dans les DFA, tout en restant bien sûr conscients que les contextes et les paysages audiovisuels de ces espaces sont structurés et répondent à des logiques complètement différentes. Nous devons donc, avant d'aller plus loin dans la réflexion et aborder le contexte ultramarin, nous poser un certain nombre de questions : Qu'a réellement apporté la TNT au paysage audiovisuel français (PAF) ? Cette innovation technique constitue-t-elle le « grand bouleversement » annoncé ? A-t-elle vraiment contribué à la promotion de la diversité, et notamment la diversité culturelle ? Participe-t-elle vraiment à la pluralité des expressions ?

La TNT ou « télévision numérique pour tous » est lancée officiellement le 31 mars 2005 en France non sans faire de bruit. Adulée, critiquée ou controversée, elle a véritablement métamorphosé et remodelé le paysage audiovisuel français. Elle est d'ailleurs présentée comme constituant « *un tournant majeur et une véritable révolution* » par Renaud Donnedieu de Vabre, le Ministre de la Culture et de la Communication de l'époque¹. Le développement de la TNT en France est une (r)évolution bien orchestrée par les pouvoirs publics. La campagne publique—d'information « Tous au numérique ! » destinée à accompagner les Français vers la télévision tout numérique est symptomatique de la politique volontariste qui entoure la promotion de la TNT. Elle est menée par le Groupement d'Intérêt Public France Télé Numérique. Mise en place dans le cadre de la loi Télévision du Futur (5 mars 2007), France Télé Numérique a pour missions d'informer, d'expliquer et d'assister les téléspectateurs dans cette transition².

De plus, il apparaît que la TNT séduit les téléspectateurs pour trois raisons essentielles. Outre l'inflation de l'offre, ce sont bien la gratuité et la facilité d'accès, aux côtés de la qualité des images et du son (HD) évoquée plus haut qui attirent les téléspectateurs. Si bien

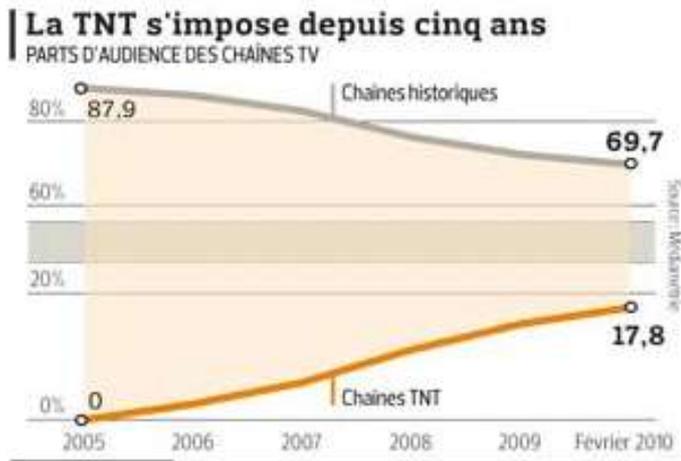
¹ Discours de Renaud Donnedieu de Vabres à l'occasion du 1^{er} anniversaire de la TNT.

² Le GIP gère également le fond d'aide à l'équipement institué à l'article 102 de la loi télévision du futur. France Télé Numérique réunit l'État (50 %) et les chaînes nationales historiques : France Télévisions (15 %), TF1 (10 %), CANAL+ (10 %), M6 (10 %) et ARTE (5 %).

que toutes les régions et toutes les classes sociales sont touchées. A cet égard, près de la moitié des chefs de famille équipée de l'adaptateur TNT a plus de 50 ans. Il est également intéressant de noter que la TNT touche tout type de foyer, sans réelle influence d'âge, de CSP ou du nombre de personnes vivant sous le même toit. Mais cet engouement croissant des français pour la TNT menace-t-il réellement la position de leader des acteurs historiques ?

B. L'émergence de la TNT annonce-t-elle la fin des chaînes historiques ?

La principale conséquence de l'arrivée de la TNT en France est le recul des chaînes historiques. En effet, alors que l'engouement pour les chaînes de la TNT se fait toujours plus pressant, les chaînes historiques attirent de moins en moins, et leurs audiences ne cessent de décliner. En 2009 par exemple, la part d'audience des chaînes TNT augmente de 4,1 points, celle des autres « TV non TNT » augmente de 0,1 point tandis que celle des chaînes historiques baisse de 4,2 points.



Source : Médiamétrie – février 2010

Il est évident, que de façon mécanique, l'accroissement de l'audience des chaînes de la TNT (18% de l'audience télévisuelle globale) est lié à l'accroissement de la couverture TNT. Et le passage au « tout numérique » qui est en marche, renforce ce processus.

Il est également intéressant de noter que la TNT représente avant tout une nouvelle manne financière en termes de recettes publicitaires pour les grands « groupes média » qui renforcent leur position de leader. Autrement dit, le déploiement de la TNT amène les acteurs audiovisuels, déjà leaders sur le câble et satellite pour certains, à asseoir leur position et leur notoriété. C'est le cas, par exemple, de grands groupes tels que Bolloré avec Direct8, NRJ avec NRJ12, TF1 avec TMC et NT1, M6 avec W9 mais aussi le groupe AB avec sa chaîne RTL9. Ainsi, la TNT est aussi (et peut-être surtout) une véritable aubaine pour les groupes médias.

La crise qui a pour corollaire la baisse continue des recettes de la presse, de la radio et de la télévision, n'entraîne pas une chute de celles de la TNT. Car son audience, au profil plus jeune que la moyenne française, ne cesse de progresser. Quand les chaînes historiques perdent 13 % de leur chiffre d'affaires net selon l'enquête 2009 de l'Irep

(Institut d'études et de recherches publicitaires) auprès des annonceurs, la TNT en gagnerait 50 %³. Résultat : les chaînes historiques se partagent quand même 80% du marché publicitaire de la télévision, contre seulement 11% pour la TNT.

Du point de vue des contenus et des pratiques, ce sont les mini-généralistes TMC (groupe TF1) et W9 (groupe M6) qui dominent la TNT. Elles connaissent un succès exponentiel car en regardant de plus près les programmes millionnaires c'est-à-dire qui réunissent plus d'un million de téléspectateurs, on constate que les genres les plus consommés par les téléspectateurs sont les suivants :

- Les magazines d'actualité en première partie de soirée
- Les matches de football
- Les *blockbusters* et les fictions françaises en *prime time*
- Et les programmes de télé-réalité en deuxième partie de soirée : *Dilemme* sur W9, *L'île de la tentation* (ex-TF1) sur Virgin 17, *A la recherche du grand amour* sur NRJ12, *Moundir l'aventurier de l'amour* sur TMC, etc.

Cinq ans après, le marché de la TNT semble avoir atteint un certain niveau de maturité et les chaînes ne plus pouvoir gagner de l'audience uniquement avec les seules rediffusions des séries, films et formats *gold*. Selon une étude du cabinet Media Consulting Group (MCG) datée du mois de janvier 2010, « *le risque global sur les chaînes de la TNT est la disparition des différences éditoriales entre elles* » et le fait que, pour le public, elles restent dans la catégorie des chaînes de complément, perçues comme des chaînes de rediffusion, plutôt que des chaînes avec des nouveaux programmes innovants. Car, à l'exception des chaînes d'information, toutes les autres glissent vers un format généraliste ; le but étant d'élargir son audience et de générer davantage de ressources publicitaires. Ainsi, on peut se demander si, comme annoncé, la TNT rime véritablement avec diversité et pluralisme des expressions.

C. Les chaînes régionales sur la TNT : des vecteurs de diversité ?

Du point de vue des expressions ultramarines, le statut de la chaîne publique France Ô sous-tend un certain nombre de questions quant à la place de la diversité sur la TNT française. Diffusée uniquement en Ile-de-France, la nouvelle chaîne gratuite de la TNT nationale a été créée en septembre 2007 pour, selon la direction de France Télévision et les pouvoirs publics, répondre aux attentes multiculturelles du public français en élargissant l'offre de programmes ayant trait au pluralisme culturel français et francophone. Ce n'est qu'en juin 2010, lors de la publication par le gouvernement du décret modifiant le cahier des charges de France Télévisions, que France Ô jouit d'une diffusion nationale gratuite⁴. En effet, la diffusion de France Ô sur l'ensemble du territoire a pour objectif de renforcer la visibilité des outre-mers dans l'offre télévisuelle nationale. En visant une cible de téléspectateurs bien plus large que le public ultramarin, elle s'ouvre davantage sur la diversité culturelle française.

Les chaînes locales ou régionales ont, elles aussi, fait leur apparition sur la TNT en septembre 2007, et leur nombre n'a cessé d'augmenter depuis. C'est donc plus d'une cinquantaine de télévisions locales qui sont déjà diffusées en numérique aux quatre coins

³ « En 5 ans, la TNT a tout changé », *Le Parisien*, 29 mars 2010.

⁴ L'ancien RFO Sat (1998) était diffusé jusque-là au niveau national par câble, ADSL ou satellite (services payants).

de l'Hexagone : TV8 Mont Blanc, Nantes 7, TLT à Toulouse, TLM à Lyon ou encore LCM à Marseille, IDF à Paris, TV77 à Meaux, etc. L'objectif affiché de cette ouverture du paysage télévisuel : renforcer la proximité avec le téléspectateur et développer la complémentarité avec les autres médias. Cependant, des doutes persistent quant au pluralisme et à la diversité des programmes⁵ : on constate en effet que malgré une segmentation et une spécialisation certaines de l'offre (et par conséquent des publics), le pluralisme est mis à mal puisque les chaînes qui réalisent les meilleures audiences, comme nous l'avons précisé plus haut, sont des chaînes généralistes. Comment, dans ce contexte, les chaînes locales parviendront-elles à trouver leur place, et leur audience ? Et là est la question au centre des enjeux sous-tendus par l'arrivée de la TNT dans les DFA, ces espaces réticulaires et insulaires, où les chaînes locales ont un statut particulier.

II. La télévision dans les DFA : structuration et audiences

Il est question maintenant de proposer un panorama de la télévision dans les DFA faisant état d'une sorte de présentation du paysage audiovisuel sur ces territoires tant au plan de l'offre télévisuel (programmation, diffusion), qu'au plan des consommations par ses publics (mode de transmission par le câble / le satellite). Il s'agit également de tirer de cette présentation, les dimensions de changement du paysage audiovisuel voire de ses consommations à travers l'observation d'éléments pertinents comme les chaînes à péage, les programmes à la demande, ou encore l'accessibilité aux produits audiovisuels.

A. Les télévisions hertziennes terrestres analogiques

Les tableaux qui suivent présentent de façon synthétique la manière dont se structure le paysage télévisuel de chacun des DFA avant la mise en place de la TNT dans ces territoires (30/11/2010).

	Chaînes publiques locales (Télé pays)	Télévisions généralistes locales privées
Guadeloupe	Télé Guadeloupe (1, 3, 4, 5) Tempo (1, 3, 4, 5)	Eclair TV (jusqu'en déc. 2008) L'A1 Guadeloupe (1, 2, 3, 4, 5 jusqu'en mars 2010) Canal 10 (1, 2, 3, 4, 5)
Martinique	Télé Martinique (1, 2, 3, 4, 5) Tempo (1, 3, 4, 5)	ATV (1, 2, 3, 4, 5) Kanal Martinik TV (1, 2, 4)
Guyane	Télé Guyane (1, 3) Tempo (1, 3, 4, 5)	Antenne Créole Guyane (1 jusqu'en déc. 2008 ; 3 jusqu'en janv. 2010)

Légende : Modes de diffusion (1. Analogique, 2. Numérique, 3. Satellite, 4. Câble, 5. ADSL)

⁵ Etude du cabinet Media Consulting group (MCG), janvier 2010.

Les télévisions numériques... avant la TNT « gouvernementale »

	Les bouquets satellites	Les bouquets numériques
	Canal Sat Caraïbes (Guadeloupe, Guyane, Martinique_ 1998)	<ul style="list-style-type: none"> • Le Câble (MTVC, WSG_ 2006) • Médiaserv (<i>Triple play</i>_ déc. 2007) • Outre mer Telecom (<i>OnlyBox</i>_ mars 2008) • Canal + (CanalSat_ oct. 2008) • France Télécom (Orange Sat_ juin 2009)

Dès 2006, Le Câble⁶, opérateur historique de diffusion audiovisuelle par fibre optique dans les DFA, lance un programme de numérisation de ses signaux télévisés. En plus de ses 40 chaînes de télévision analogique, il diffuse plus de cent services de télévision numériques et radio. L'opérateur bénéficie d'une réception satellite lui permettant de recevoir simultanément Galaxy, Intelsat, Eutelsat des programmes Européens, Américains du Nord ou du Sud et de toute la Caraïbe. Deux ans plus tard, il se connecte au câble sous-marin régional pour apporter à ses abonnés plus de 25 nouvelles chaînes en direct, en 16/9 et en qualité numérique. Ses chaînes offrent les émissions les plus regardées du paysage audiovisuel français comme celles de RFO, Tempo, LCI, BFM TV, TF1, M6 ou Direct8 et les autres chaînes de la télévision numérique pour tous disponibles en *Métropole* comme une variété de thématiques : Famille, Sport, Découverte, Informations, Adultes, Cinéma, Série Tv, Musique et Internationale. Le Câble est alors, le seul à proposer de façon exclusive l'ensemble des chaînes de télévisions locales sur son réseau.

Canal+, le concurrent direct, attend octobre 2008 pour proposer la TNTSAT Caraïbes par CanalSat Caraïbe (offre gratuite de 11 chaînes TV et 6 radios). Toutefois, depuis fin 2007, l'opérateur a lancé aux Antilles et à la Réunion, la *Only Box* offrant à ses abonnés, la téléphonie illimitée, la connexion à Internet Haut-Débit illimité et en exclusivité la *Video On Demand* (VOD)⁷. 2009 marque l'arrivée chez l'opérateur d'un bouquet *low cost* (« La série spéciale »), celle d'une activité dérivée internet et de téléphonie (Canal Connect) lui permettant de développer son offre *triple play* (télévision, accès à Internet et téléphone), celle aussi du *Personal Video Recorder* (PVR) autorisant jusqu'à 200 heures d'enregistrement SD (50 en HD) et le contrôle du direct⁸. Le lancement de Canal+ et de Canalsat Caraïbes sur la OnlyBox, celui de Canal+ à la demande interviennent au premier semestre 2010.

Pour le reste, entre 2007 et 2009, Médiaserv⁹ lance des offres de dégroupage d'abord en Guadeloupe, en Martinique et à la Réunion, ensuite en Guyane et à Saint Martin, enfin à

⁶ Le Câble est constitué de Martinique TV Câble (MTVC) et de Word Satellite Guadeloupe (WSG).

⁷ La VOD appartient aux nouveaux services audiovisuels autrement nommés, les « services de médias audiovisuels à la demande » (SMAd).

⁸ Il s'agit de la possibilité de suspendre momentanément la retransmission d'un programme en direct.

⁹ Mediaserv est une filiale du groupe Loret, qui construit, *via* ses filiales MCN ou Global Caribbean Network notamment, des câbles sous-marins permettant de desservir les DOM.

Saint Barthélemy ; les premières offres de télévision numérique interviennent en décembre 2007 en Guadeloupe en partenariat avec CanalSat Caraïbes. Ce renforcement de la concurrence permet d'offrir des packs *double play*, et même *triple play*, et ainsi de proposer aux ultramarins, à un coût certes supérieur, l'accès par ADSL aux chaînes de la TNT qu'ils ne peuvent jusque-là recevoir par la voie hertzienne.

De son côté, l'opérateur de télécommunication, Outremer Telecom, offre à partir de mars 2008, un bouquet de 12 chaînes de la TNT sur la zone Antilles-Guyane comme sur la zone Océan Indien grâce à son offre *Only Box*. Cette offre s'inscrit dans le cadre de l'approche multicanal privilégiée par le groupe.

Enfin, France Telecom Orange devient en 2009, éditeur de chaînes et de contenus (Orange Foot et Orange TV, les productions cinématographiques Studio 37) et permet aux habitants des DOM de regarder leurs programmes TV en qualité numérique. La même année, la "TV aux Antilles-Guyane" propose un 1^{er} bouquet de 10 chaînes incluses en qualité numérique (TF1, M6, LCP/Public Sénat, W9, Orange sport info, Tempo, Kids & Co, RFO Guadeloupe, Guyane, et Martinique). Afin de permettre au plus grand nombre d'abonnés de bénéficier de l'option TV d'Orange, l'opérateur propose un mode de transmission par parabole plutôt que par ADSL comme c'est le cas dans l'Hexagone.

B. Une fragilité imminente

Le tableau qui suit présente de façon synthétique la manière dont se structurent les audiences télévisuelles de chacun des DFA avant la mise en place de la TNT dans ces territoires (30/11/2010).

Guadeloupe	Martinique	Guyane
Télé Guadeloupe – 42,9%	Télé Martinique – 35,7%	Télé Guyane – 49,3%
Tempo – 4,2 %	Tempo – 3,1%	Tempo – 6,2%
La Une Guadeloupe - 4,4 %	ATV – 12%	Antenne C. Guyane – 4,2%
Eclair TV – 0,5 %	Kanal Matinik TV – 1,4%	
TF1 – 7,6 %	TF1 – 7,4%	
M6 – 5,3 %	M6 – 5,3%	

Légende : Parts d'audience du lundi au dimanche- Source : Médiamétrie, vague janvier-mars 2008

Le paysage télévisuel des DFA est marqué par une fragilité structurelle qui, à elle seule, ne suffit pas à remettre en cause l'existence même des télévisions locales, même si elle l'affecte sérieusement.

Certes, les coûts de production des programmes locaux et les charges d'exploitation sont tels que les chaînes locales et régionales ne peuvent financièrement les supporter. A titre indicatif, un programme de 52 minutes acheté à une télévision généraliste française revient

environ 10 fois moins cher qu'un « 26 minutes » produit localement. La tentation est donc grande de faire la part belle à la production extérieure au détriment de programmes locaux. Et en effet, sur les chaînes locales publiques comme privées plus de 80% des programmes diffusés proviennent de chaînes généralistes nationales (les chaînes de France Télévision, TF1 et M6). Par exemple, l'A1 Guadeloupe ou la chaîne privée martiniquaise ATV proposent aux côtés de programmes locaux, des séries américaines, les *talks* et les émissions de télé-réalité diffusés sur TF1 ou M6, et les grands rendez-vous sportifs (essentiellement le football). Aujourd'hui, ces programmes disponibles sur Le Câble et CanalSat, et cette offre multiple appauvrissent l'audience de l'ensemble des chaînes locales.

Si des chaînes privées comme Canal 10 ou KMT résistent encore, c'est qu'ici, le local prend le pas sur les *telenovelas* ou les émissions formatées en *Métropole*. Qu'il s'agisse du Carnaval en direct, des séances de conseils municipaux, des plénières de la Région, des nombreux débats, la parole est donnée à l'homme de la rue. Lors du mouvement social de 2009 aux Antilles, ces télévisions ont ouvert leurs portes pour y organiser la discussion dans l'espace public. Au final, ces télévisions réalisent des taux d'audience assez satisfaisants et surtout jouissent d'une image positive auprès de la population. Il reste cependant à améliorer la ponctualité et l'habillage des programmes pour que leur activité soit pérenne. La télévision locale a donc toute sa place dans ces espaces, en veillant particulièrement à ne pas sacrifier le professionnalisme sur l'autel de la proximité.

Il n'en demeure pas moins que l'érosion de l'audience et la fragilité financière, sont les préoccupations auxquelles la majorité de ces télévisions locales font face au quotidien. Et l'arrivée de la TNT avec ses 16 chaînes nationales gratuites métamorphose et tend à fragiliser davantage ces télévisions qui se retrouvent en concurrence directe avec les chaînes desquelles est issue la majorité des programmes et des émissions qu'elles diffusent. Dans ce contexte, comment capter et fidéliser le public? Comment intéresser les annonceurs? Une des réponses à ces questions serait certainement de renouveler l'offre locale et d'améliorer la qualité des programmes. Mais quelles sont les aides allouées aux chaînes locales afin de les accompagner dans cette transition ?

Selon une étude réalisée auprès de 30 chaînes locales de l'Hexagone en 2009, l'implication financière des collectivités territoriales dans la télévision locale est primordiale pour permettre aux chaînes de maintenir des niveaux de productions locales importants. Le modèle économique de référence associe revenus publicitaires et financements publics. A cet égard, la mise en place d'un fond interrégional des DFA d'aide à la production audiovisuelle sur le modèle du fond régional guadeloupéen représente une alternative viable. De même, les synergies entre les chaînes d'une même région sont aussi un moyen pour les télévisions locales de consolider leurs positions ; elles permettent à la fois des enrichissements de leurs offres de programmes, des baisses de certaines de leurs charges d'exploitation et des optimisations de leurs revenus publicitaires régionaux.¹⁰ Car l'inquiétude qui pèse sur les chaînes régionales est bien celle de leur survie face à la concurrence des chaînes de la TNT.

¹⁰ « Comment sauver les télés péyi ? », *France-Antilles*, édition en ligne de la Guadeloupe, 16 avril 2010.

III. La TNT dans les Départements français d'Amérique, une menace ou une opportunité pour les expressions socioculturelles ?

On l'a vu, l'arrivée de la TNT dans les DFA réifie un ensemble de promesses technologiques autant qu'elle suscite des inquiétudes anthropologiques. Ce projet, dont les applications concrètes opèrent à partir de novembre 2010, a en réalité été amorcé dès 2008. Pourquoi réfléchir à la mise en place de la TNT dans les DFA seulement trois ans après son lancement en France ? Volonté politique ? Souci de continuité territoriale ? Désir de réduction de la fracture numérique ?

L'étude de faisabilité dans les DOM est réalisée dès février 2008. Ayant la charge du dossier, Christine Albanel alors Ministre de la Culture et de la Communication, et le Secrétaire d'Etat à l'Outre-mer, Christian Estrosi, commandent au CSA une mission de développement de la TNT dans l'Outre-mer français. Cette mission est confiée à Alain Méar, président du groupe de travail sur la gestion de la ressource de la télévision numérique qui se rend ainsi aux Antilles-Guyane et fait un quasi tour du monde pour consulter toutes les collectivités françaises de l'outre-mer. Car selon le rapporteur, « *l'ambition numérique est commune à toutes les composantes de notre République* »¹¹.

L'appel à candidature lancé aux chaînes de télévision privées et publiques comme en France, détermine les modalités du passage au « tout numérique ». Ce dernier s'opère en trois grandes étapes :

- Un 1^{er} multiplex, à partir du 30 novembre 2010, réunissant les chaînes nationales publiques (France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô, France 24, Arte), les chaînes locales publiques (Télé Guadeloupe, Télé Guyane, Télé Martinique) et les chaînes locales privées (Canal 10, ATV, KMT)
- Un 2nd multiplex consacré aux nouveaux projets locaux éventuels (L'A1 Guadeloupe? Antenne Créole Guyane?)
- A partir du 30 novembre 2011, un 3^{ème} multiplex constitué de chaînes nationales privées après l'arrêt de la diffusion analogique de la télévision.

En raison de leur éloignement géographique et la spécificité de leur paysage audiovisuel, une attention particulière est portée aux collectivités d'Outre-mer. Pour la Secrétaire d'Etat chargée de l'Outre mer, Marie-Luce Penchard : "*l'arrivée de la TNT Outre-mer constitue une avancée importante dans le désenclavement économique, social et culturel de ces territoires. L'égalité numérique avec la métropole est un objectif fort du gouvernement*". Elle ajoute que "*cela permettra de répondre à l'aspiration légitime des Ultramarins à l'ouverture sur le monde, au rapprochement de la métropole et au renforcement des liens avec les autres ultramarins français* »¹². Mais la TNT Outre-mer constitue-t-elle véritablement une avancée en termes de pluralisme médiatique ?

¹¹ <http://www.telesatellite.com/infos/idisp.asp?i=3147>, les infos du mois, mars 2008.

¹² « Médias. Marie-Luce Penchard annonce l'arrivée de la TNT en Outre-mer », *Rfo.fr* (avec AFP), Communiqué de la Secrétaire d'Etat chargée de l'outre-mer, 25 août 2009.

A. La TNT, synonyme d'inquiétudes...

Les premières inquiétudes liées à l'arrivée de la TNT sont celles des élus ultramarins : elles illustrent le malentendu fondateur des rapports France / Outre-mer et se répandent à travers les médias dans l'espace public entre 2008 et 2010.

Victorin Lurel, député de la Guadeloupe et vice-président du groupe SRC¹³ à l'Assemblée nationale, dénonce le refus du gouvernement, dans le cadre du projet de loi sur l'audiovisuel public en discussion à l'Assemblée nationale en fin 2008, de tout débat sur l'extension de la télévision numérique terrestre Outre-mer. Au même moment, René-Paul Victoria, député de la Réunion interroge le gouvernement sur le niveau de couverture de TNT Outre-mer envisagé par rapport à la *Métropole*, sur les modalités garantissant aux ultramarins une offre TNT attractive, et enfin sur la poursuite des programmes du service public diffusés jusque-là par Tempo.¹⁴

Afin de permettre aux Guyanais d'accéder au dispositif, un fond d'aide est prévu par la loi du 30 septembre 1986. Celui-ci « (...) prévoit la prise en charge d'une partie du coût de ces équipements, au bénéfice des foyers disposant de revenus modestes exonérés de redevance audiovisuelle (...) ». Seulement, l'Etat sollicite le Conseil général pour participer à ce fond, afin « [d']alléger, pour les ultra-marins, le coût du passage à la TNT (...) L'exonération de l'octroi de mer ou de droit de douanes et de la taxe sur la consommation sur les adaptateurs nécessaires à la réception de la TNT », sont les pistes envisagées par le gouvernement. Des propositions qui soulèvent de vives réactions auprès des conseillers généraux guyanais.

Quelques six mois avant la mise en place de la TNT Outre-mer, Jeanny Marc, député de la Guadeloupe s'inquiète du maintien de la pluralité et de la diversité de la France ultramarine au travers de l'audiovisuel. Faisant référence à la place de RFO dans la réforme de l'audiovisuel public (égalité avec les autres régions en matière d'outils de gouvernance, moyens adaptés aux particularités de la télévision publique Outre-mer pour favoriser la production locale et la pérennité des *téles péyi* et France Ô).¹⁵

D'un certain point de vue, il semblerait que la TNT entraîne, comme évoqué plus haut, une véritable fragilisation éditoriale des télévisions locales privées, des mini-généralistes dont les grilles sont composées très majoritairement de programmes en provenance de l'extérieur. A cette fragilisation éditoriale, s'ajoute une fragilisation économique avec des frais de fonctionnement et d'exploitation plus élevés que ceux qu'elles supportent aujourd'hui. La menace est aussi celle de la concurrence des chaînes nationales publiques qui, parce qu'elles ont des moyens de production plus élevés et diffusent des programmes de meilleure qualité, risquent, à terme, de phagocytter les chaînes régionales privées. Il est donc nécessaire de mener une réflexion de fond relative à la mise en place d'un plan de survie des chaînes locales et à l'adoption d'un *business model* viable dans ces territoires insulaires où le tissu économique publicitaire est restreint. Dans ce contexte, les chaînes privées ne vivent que des ressources publicitaires, à la différence des *téles péyi* qui jouissent de la redevance audiovisuelle.

¹³ Groupe socialiste, radical, citoyen et divers gauche.

¹⁴ « Lurel ce n'est pas de la TNT c'est du TNT », *BMJ*, 4 décembre 2008.

¹⁵ « Outremer. L'avenir de la télévision publique à l'assemblée », *Almanat*, 3 juin 2010.

B. Ou d'espoirs ?

Au regard de l'offre télévisuelle publique, la situation des DFA les mieux lotis (qui ont deux chaînes, comme la Guyane), s'apparente à celle de l'Hexagone avant l'apparition de la troisième chaîne, le 31 décembre 1972. L'arrivée de la TNT symbolise ainsi une progression de presque quarante ans en matière de télévision publique. Dans ces conditions, il n'est pas étonnant que le taux de pénétration des bouquets satellites numériques payants soit particulièrement important dans ces territoires¹⁶.

L'avènement de la TNT, peut donc tout de même constituer une véritable opportunité pour le paysage télévisuel des DFA. En effet, l'émulation suscitée par cette innovation peut créer de nouvelles dynamiques de production avec notamment la création de nouvelles chaînes privées locales/régionales (favorisé par les appels à candidature lancé à partir d'avril 2010). La révolution numérique devrait également inciter les télévisions insulaires privées comme publiques à renouveler l'offre et la qualité des programmes qui passerait par le développement de nouveaux programmes et de nouveaux concepts, et de renforcer position de chaîne généraliste locale et régionale. L'arrivée de France 2 et France 3 directement dans ces départements et territoires va inciter les chaînes *télys péyi* à travailler sur un "*repositionnement éditorial*" pour proposer leurs programmes propres, de proximité et généralistes¹⁷. Tout l'enjeu pour ces télévisions est de pouvoir désormais renforcer leur position de chaînes généralistes locales et régionales. Avec l'arrivée de l'ensemble des chaînes du service public, RFO doit évoluer, se moderniser.

A ce sujet, le projet de création d'une société d'économie mixte audiovisuelle peut sauvegarder le modèle de chaîne mini-généraliste, mais à la condition d'augmenter l'offre locale dans la grille des programmes, et d'y adjoindre une offre nationale privée en complément. Mais ceci passe par une grande concertation entre la Région, le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, les opérateurs privés locaux et nationaux. L'objectif visé est le meilleur équilibre de l'offre locale.¹⁸

Selon le « Rapport sur les modalités de développement de la télévision numérique dans les collectivités d'Outre-mer » publié en juillet 2008, les programmes locaux des *télys péyi* représentaient seulement 29% de la programmation totale du réseau en 2006. Le rapport préconise « *une ouverture plus large sur l'environnement régional* », avec notamment le développement de la production « *régionale de bassin* ». La production d'émissions communes aux Antilles-Guyane, l'échange de programmes et des coproductions avec les pays voisins sont des pistes envisagées. Il s'agirait alors de créer de nouveaux partenariats et de mutualiser les moyens de production afin de diffuser sur les antennes des programmes plus identitaires, comme cela a déjà été le cas avec la série « Jacob Cross », série sud africaine achetée pour le réseau RFO ou encore des films indiens achetés¹⁹.

¹⁶ Il s'élevait en 2008 à 49,4% en Guyane. Le principal opérateur, Canal Overseas, la filiale de Canal +, compte 250 000 abonnés aux Antilles-Guyane. « La TNT débarque fin novembre en Guyane », *France-Guyane*, édition en ligne, 24 mars 2010.

¹⁷ « France Télévisions met 30 millions d'euros pour la TNT outre-mer », *AFP*, 31 mars 2010.

¹⁸ « La TNT, d'accord mais... », Interview de Jim Lapin, *France-Antilles*, édition en ligne, Guadeloupe, 5 mai 2010.

¹⁹ Gérard Guillaume, Directeur de l'antenne à RFO Télé Martinique (aujourd'hui Martinique 1^{ère}), « Dans huit mois la TNT s'installe », *France-Antilles*, édition en ligne, Martinique, 10 avril 2010.

Par ailleurs, France Télévisions promet d'investir 30 millions d'euros sur trois ans pour enrichir les grilles des chaînes publiques locales d'Outre-mer lors du passage au numérique terrestre. La directrice générale déléguée en charge des réseaux régionaux du groupe public assure de l'existence « *[d']un budget spécifique pour enrichir les grilles de programmes des TV Pays sur trois ans : cinq millions en 2010, dix millions en 2011 et 15 millions en 2012, de plus que leur budget* »²⁰.

TNT, égalité, diversité : enjeux culturels ou enjeux économiques ?

L'arrivée de la TNT dans les Départements français d'Amérique et plus largement, dans le contexte des espaces infranationaux, questionne l'équilibre et la reconfiguration des paysages audiovisuels locaux dans un espace national. Les enjeux d'une telle innovation technique illustre la réflexion sur les rapports technologies-cultures, ici ceux de la TNT et de la diversité culturelle. Derrière la question de la place que la TNT laisse aux expressions culturelles régionales se profile la crainte de la fin des cultures et des identités résultant du développement mondialisé des technologies.

Comme pour chaque cas d'espèce, dans le même temps qu'elle ouvre des perspectives encourageantes, la réflexion sur les rapports technologies-cultures laisse certains points dans un flou peu rassurant.

Les perspectives sont plutôt d'ordre législatif et technique. La TNT Outre-mer s'inscrit en effet, dans le schéma national d'arrêt de la diffusion analogique et de basculement vers le tout numérique programmé pour novembre 2011²¹. Dans le même sens, la loi du 5 mars 2009 propose une réforme en profondeur du modèle économique et d'organisation de la télévision publique, afin de créer les conditions de son renouveau éditorial et de favoriser l'émergence d'un « média global » ; une nouvelle télévision publique en quelque sorte (France Télévisions). Et puis, l'équipement de réception retenu pour la TNT Outre-mer (MPEG-4) est plus performant que celui utilisé pour la TNT en France hexagonale (MPEG-2).

C'est là qu'apparaissent quelques points flous pour lesquels à défaut d'apporter des réponses, il convient de les citer et de les questionner.

Si la norme MPEG-4 privilégiée pour la TNT « ultramarine » présente l'avantage de pouvoir diffuser, sur un canal, trois chaînes en haute définition, ses adaptateurs coûtent plus chers que les décodeurs MPEG-2. La question du coût d'accès, et donc des tarifs pour les consommateurs se pose Outre-mer. L'État et les collectivités territoriales doivent donc s'engager pour réduire ce coût.²²

Des incertitudes subsistent donc quant aux conditions techniques du déploiement de la TNT dans les DFA. Elles sont généralement en rapport avec les incidences des

²⁰ Déclaration de Geneviève Giard, Directrice générale déléguée en charge des réseaux régionaux, le 30 mars 2010, « France Télévisions met 30 millions d'euros pour la TNT outre-mer », *AFP*, 31 mars 2010.

²¹ Arrêté du 23 juillet 2009 portant approbation de la révision du schéma national d'arrêt de la diffusion analogique et de basculement vers le numérique.

²² Comme en *Métropole*, les ultramarins devraient avoir accès à un fond d'aide pour s'équiper en adaptateurs, selon les conditions de ressources. « Dans huit mois, la TNT s'installe », France-Antilles, édition en ligne, Martinique, 10 avril 2010.

particularités locales au plan économique. Elles génèrent des rumeurs selon lesquelles le caractère gratuit de l'accès à la TNT ne concernerait pas tout le monde selon que l'on réside dans une zone bien desservie ou non.

S'ajoute à cela le problème récurrent du contexte (non)concurrentiel dans les DOM. Ainsi, TDF (Télédiffusion de France) est le seul candidat en lice lors de l'appel d'offres pour la mise en place des chaînes publiques sur la TNT dans les DOM, lancé le 24 janvier 2010 par France Télévisions (marché quinquennal). Compte tenu de tarifs dans les DOM bien supérieurs à ceux de l'Hexagone, l'arrivée de la « TNT gouvernementale » en novembre 2010, soit un an avant le calendrier fixé par la loi (pour honorer une promesse du Président de la République), confirme la rente de situation ultramarine de l'opérateur historique aux dépens des opérateurs alternatifs.²³

Néanmoins, la couverture de la TNT Outre-mer doit être complétée par une offre satellite gratuite afin que 100 % de la population puisse avoir accès à cette nouvelle offre. Le groupe France Télé Numérique est chargé, comme en *Métropole*, du suivi de ce dispositif satellitaire (rapport Méar, CSA). De même, il revient aux collectivités locales et régionales des DFA de donner leur avis sur l'opportunité de reproduire, à l'identique, le schéma retenu pour l'Hexagone ou de l'adapter aux paysages audiovisuels ultramarins.

Certes, l'absence de la chaîne parlementaire (LCP) sur la TNT Outre-mer permet aux chaînes d'ultra proximité KMT et Canal 10 d'être retransmises. Cependant, cette chaîne devant normalement être reprise sur tout bouquet en France (ADSL, câble, satellite, TNT), on peut s'interroger sur le choix de non diffusion de la LCP plutôt que toute autre chaîne nationale sur la TNT.

Comment concilier les aspirations des téléspectateurs qui veulent disposer d'une offre élargie et gratuite d'une part, et les intérêts des chaînes locales qui craignent de perdre des parts de marché ? Le maintien de la publicité sur les télévisions publiques locales, la concurrence via la TNT des programmes de certaines chaînes nationales privées rendent l'équation plus complexe encore.

²³ Outremer Télécom appartient à la seconde catégorie. « TNT en outre-mer : un concurrent dénonce la mainmise de TDF », *Le Point.fr*, 6 mai 2010.