

LE GUIDE DES CHÂÎNES

AVRIL 2020

18^e ÉDITION


MINISTÈRE
DE LA CULTURE
*Liberté
Égalité
Fraternité*


CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL




association des chaînes conventionnées éditrices de services


SYNDICAT NATIONAL DE LA PUBLICITÉ TÉLÉVISÉE



**MINISTÈRE
DE LA CULTURE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

MINISTÈRE DE LA CULTURE

Direction générale des médias et des industries culturelles
182, rue Saint Honoré - 75 033 Paris Cedex 01
Tél : 01 40 15 80 00
www.culture.gouv.fr



CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

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



CENTRE NATIONAL DU CINÉMA ET DE L'IMAGE ANIMÉE

Direction des études, des statistiques et de la prospective
291, boulevard Raspail - 75 675 Paris Cedex 14
Tél : 01 44 34 38 26
Email : despro@cnc.fr
www.cnc.fr



association des chaînes conventionnées éditrices de services

**ASSOCIATION DES CHAÎNES
CONVENTIONNÉES ÉDITRICES DE SERVICES**

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



SYNDICAT NATIONAL DE LA PUBLICITÉ TÉLÉVISÉE

89, avenue Charles de Gaulle
92 575 Neuilly-sur-Seine
Tél : 01 41 92 40 18
Email : pubtv@snptv.org
www.snptv.org

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

CLAIR de LUNE

SOMMAIRE

SYNTHÈSE	04
RESSOURCES DOCUMENTAIRES.....	06

CHAPITRE 1 L'OFFRE DE CHAÎNES

1. Les chaînes de la TNT.....	08
2. Les chaînes payantes nationales conventionnées et déclarées.....	08
3. Les chaînes payantes diffusées en France en 2019.....	09
4. La télévision de rattrapage (TVR).....	10

CHAPITRE 2 LES MODES DE RÉCEPTION DE LA TÉLÉVISION EN FRANCE

1. Les écrans de réception.....	14
2. Les modes de réception.....	15
3. Nombre de foyers abonnés à une offre payante de télévision.....	18

CHAPITRE 3 LA DISTRIBUTION DES CHAÎNES

1. Les offres disponibles en mode hertzien terrestre numérique.....	20
2. Les offres disponibles par satellite.....	20
3. Les offres proposées par les fournisseurs d'accès à internet (xDSL, fibre, câble, mobile, tablette et ordinateur).....	22
4. Les offres disponibles via l'internet ouvert.....	25

CHAPITRE 4 L'AUDIENCE DES CHAÎNES

1. L'audience de la télévision.....	28
2. L'audience des chaînes gratuites.....	29
3. L'audience des chaînes payantes.....	33

CHAPITRE 5 LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE ET CINÉMATOGRAPHIQUE

1. La production audiovisuelle.....	40
2. La production cinématographique.....	43

CHAPITRE 6 L'ÉCONOMIE DES CHAÎNES

Partie I : résultats économiques du secteur

1. Bilan financier des chaînes gratuites en 2018.....	50
2. Bilan financier des chaînes payantes en 2018.....	59

Partie II : la publicité

1. Investissements publicitaires bruts sur l'ensemble des chaînes en 2019.....	71
2. Les dépenses et recettes publicitaires nettes en 2018 et 2019.....	76

Partie III : l'emploi dans le champ de la télédiffusion

1. Principales données 2018.....	78
2. Principales évolutions en 2018.....	79
3. La convention collective de la télédiffusion.....	80

CHAPITRE 7 CADRE JURIDIQUE : ACTUALITÉ LÉGISLATIVE EN 2019

1. Les principaux points du projet de loi relatif à la communication audiovisuelle et à la souveraineté culturelle à l'ère numérique.....	82
2. Les différents chapitres du projet de la loi relatif à la communication audiovisuelle et à la souveraineté culturelle à l'ère numérique.....	83

ANNEXES

1. Le financement des films européens de fiction en 2017.....	86
2. Les oeuvres de fiction réalisées par des femmes et diffusées à la télévision en 2018.....	89
3. Les programmes audiovisuels sportifs : synthèse des « Chiffres clés 2018 ».....	92

FICHES CHAÎNES

1. Les régies publicitaires des chaînes.....	98
2. L'index des fiches chaînes.....	99
3. Les fiches chaînes.....	100

SYNTHÈSE

L'Association des Chaînes Conventionnées éditrices de Services (ACCeS), le Centre National du Cinéma et de l'image animée (CNC), le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), la Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC, ministère de la Culture) et le Syndicat National de la Publicité Télévisée (SNPTV) se sont à nouveau associés pour publier cette 18^{ème} édition du Guide des chaînes réalisée par l'agence Clair de Lune.

Cette édition 2020, qui porte sur les années 2018 et 2019, comprend l'ensemble des informations disponibles sur l'univers des chaînes françaises.

Pour ce qui est de l'**offre de chaînes** (chapitre 1), à la fin 2019, 31 chaînes nationales sont disponibles pour les téléspectateurs de la TNT, dont 29 en haute définition. Parmi ces chaînes, 26 sont accessibles gratuitement et 5 sont payantes. Au 31 décembre 2019, le nombre de chaînes conventionnées ou déclarées pour une diffusion en métropole sur le câble, le satellite, l'ADSL, la fibre optique ou sur les réseaux mobiles s'élève à 176 (dont 117 conventionnées).

Le déploiement des services de télévision de rattrapage s'est poursuivi. Selon le baromètre de la télévision de rattrapage du CNC, en décembre 2018, l'offre des chaînes nationales gratuites disponible en télévision de rattrapage sur internet, est constituée de 22 432 heures de programmes en recul de 3,7 % par rapport à novembre 2018 et de 8,2 % sur un an. En termes de consommation, en décembre 2018, 773,9 millions de vidéos sont visionnées sur les services de TVR du panel (composé de 23 chaînes dont 18 chaînes nationales), soit 25,0 millions de vidéos vues chaque jour. La consommation progresse de 23,8 % sur un an. 8,1 milliards de vidéos ont été vues en TVR sur les 12 mois de l'année 2018. **Concernant les modes de réception de la télévision** (chapitre 2), les écrans se multiplient au sein des foyers : au deuxième trimestre 2019, le nombre moyen d'écrans permettant de consommer de la vidéo par un foyer français était de 5,6. Le téléviseur demeure et de loin l'écran le plus présent, avec un taux de pénétration dans les foyers de 93,1 % sur cette même période. Néanmoins, ce taux est en lente baisse depuis 2013 (-5 %). Le taux de pénétration des ordinateurs, (entre 85 % et 86 %) et des tablettes (48,5 %) semble se stabiliser alors que

celui des smartphones est toujours en progression : au 2^{ème} trimestre 2019, 75 % des internautes de 11 ans et plus sont équipés d'un smartphone, contre 72 % un an auparavant.

S'agissant du taux de **pénétration des différentes plateformes de réception de la télévision**, la TNT poursuit depuis plusieurs années une tendance à la baisse : elle a perdu 2,1 points en 1 an et 10 points en 5 ans. Cependant, au deuxième trimestre 2019, 49,3 % des foyers métropolitains équipés d'au moins un téléviseur (soit 13,1 millions de foyers) disposaient d'une réception utilisant la TNT pour regarder la télévision. Au deuxième trimestre 2019, 58,2 % des foyers équipés d'un téléviseur recevaient la télévision grâce aux réseaux d'accès internet fixe (câble, ADSL, fibre optique), soit une augmentation de 2,3 % en un an. Le nombre d'abonnements couplant internet et télévision continue de progresser. Au deuxième trimestre 2019, le nombre d'abonnements multi-play offrant un service audiovisuel s'élève à 20,9 millions, soit une augmentation de 550 000 abonnements en un an (+3 %). Au deuxième trimestre 2019, 21,9 % des foyers équipés d'au moins un téléviseur disposent d'une réception par satellite gratuite ou payante, soit 5,8 millions de foyers.

Le Guide présente à nouveau cette année **les différentes offres payantes et gratuites disponibles** sur le satellite, le câble, l'ADSL, la fibre optique et sur l'OTT (chapitre 3).

Concernant l'**audience des chaînes** (chapitre 4), la durée d'écoute individuelle (DEI) de la télévision en 2019 a baissé par rapport à 2018 : les Français ont passé en moyenne 3 heures et 30 minutes par jour à l'écoute de la télévision, soit une baisse de 6 minutes.

Alors que les chaînes dites « historiques » (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6 et Arte) avaient déjà connu une première période d'érosion de leurs audiences due au développement de la télévision payante, le déploiement de nouvelles chaînes sur la TNT gratuite à partir de 2005 a renforcé cette tendance. Ainsi, la part d'audience agrégée des services historiques passe de 69,5 % en 2010 à 59,1 % en 2019, soit une baisse de 10,4 points. Sur la période, les chaînes de la TNT 2005 semblent avoir atteint un palier en 2012 avec un niveau de part d'audience de 22 %. Elles se sont stabilisées depuis autour d'une part d'audience de 21 %.

Les chaînes de la TNT 2012 connaissent sur la période une forte augmentation de leur part d'audience, passant de 2,3 % en 2013 à 9,6 % en 2019. Du côté des chaînes payantes, la vague de janvier-juin 2019 accuse une légère baisse de leur part d'audience par rapport à la vague réalisée un an plus tôt : elle passe ainsi de 14,6 % à 14,5 % sur « l'Ensemble Univers ».

S'agissant de la **production audiovisuelle et cinématographique** (chapitre 5), en 2018, selon les données du CNC, les chaînes (gratuites, payantes, locales et services en ligne) ont commandé 4 716 heures de programmes audiovisuels aidés par le CNC, soit un volume en recul de 3,2 %. Avec 836,6 M€ d'investissements en 2018, contre 812,9 M€ en 2017, les apports des chaînes sont en revanche en hausse de 2,9 % entre 2017 et 2018.

S'agissant de la production cinématographique 2018, parmi les 300 films agréés par le CNC, les chaînes payantes et gratuites ont financé 175 films (58,3 % des films agréés) dont 159 d'initiative française (193 films dont 165 d'initiative française en 2017), soit 67,1 % des films d'initiative française. A 281,70 M€, les investissements des chaînes reculent en 2018 (-22,5 %) pour un nombre de films financés en baisse de 9,3 %, soit 18 films de moins.

Pour ce qui est de **l'économie des chaînes** (chapitre 6), selon les données recueillies par le CSA, le chiffre d'affaires de l'ensemble des chaînes nationales étudiées, gratuites et payantes, s'est établi en 2018 à 8 683,3 M€ (contre 8 573,4 M€ en 2017), composé à 67 % de celui des chaînes gratuites et à 33 % de celui des chaînes payantes (dont les chaînes Canal+). En 2018, le chiffre d'affaires réalisé par les chaînes gratuites étudiées s'établit à 5 813,7 M€, en hausse de 2 % rapport à 2017. Le chiffre d'affaires du groupe France Télévisions s'élève en 2018 à 3 005,5 M€.

Le chiffre d'affaires des chaînes privées gratuites s'élève en 2018 à 2 808,2 M€, en hausse de 3 %. Cela s'explique notamment par les redevances versées à certaines chaînes gratuites privées par les distributeurs pour leur reprise sur leurs réseaux. Le chiffre d'affaires réalisé par les chaînes de la TNT 2005 et 2012 croissent respectivement de 2 % et 14 %. Le chiffre d'affaires de l'ensemble des 79 chaînes payantes

étudiées s'établit à 2 868,6 M€ (+1 %) (1 502,0 M€ pour les chaînes Canal+ et 1 367,6 M€ pour les autres chaînes payantes).

En 2019, selon l'IREP, les annonceurs ont dépensé 33,809 Md€ net en communication dont 4,061 Md€ en publicité télévisuelle.

En termes **d'emplois**, les chaînes gratuites et payantes ont employé 40 000 personnes différentes en 2018. Parmi elles, 20 600 en CDI ou CDD de droit commun, 16 500 intermittents et 3 400 pigistes.

Ces emplois représentent 1,258 milliard d'euros de masse salariale brute, dont plus de 1 milliard pour les CDI ou CDD de droit commun, 116 M€ pour les intermittents et 37 M€ pour les pigistes.

La partie « emploi » fait état également de la poursuite des négociations afin de parvenir à une convention collective couvrant une branche constituée de l'ensemble des chaînes de télévision.

Le chapitre 7, qui présente **l'actualité juridique**, est consacré en 2019 au projet de loi relatif à la communication audiovisuelle et à la souveraineté culturelle à l'ère numérique, présenté par le ministre de la culture en conseil des ministres le 5 décembre 2019.

En **annexes**, le Guide présente cette année une synthèse de l'étude de l'Observatoire européen de l'audiovisuel, sur le financement des films européens de fiction (annexe 1), une synthèse de deux études réalisées par le CNC en collaboration avec la SACD et le CSA, consacrées aux œuvres de fictions réalisées par des femmes et diffusées à la télévision en 2018 (annexe 2) et enfin, une synthèse des « Chiffres clés 2018 de l'offre audiovisuelle de programmes sportifs », produite et publiée par le CSA (annexe 3).

Dernière partie du Guide, les **fiches chaînes**, au nombre de 129, ont été actualisées à fin 2019.

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

RESSOURCES DOCUMENTAIRES

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

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

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

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

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

DGMIC (Direction générale des médias et des industries culturelles) : au sein du ministère de la Culture, la DGMIC définit, coordonne et évalue la politique de l'Etat en faveur du développement du pluralisme des médias, de l'industrie publicitaire, de l'ensemble des services de communication au public par voie électronique, de l'industrie phonographique, du livre et de la lecture et de l'économie culturelle.

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

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

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

Lagardère Digital France : Lagardère Digital France est un éditeur de sites internet. L'analyse de l'offre de télévision de rattrapage est réalisée à partir de la base de données qui lui sert à alimenter l'un de ses sites dédiés à l'offre de programmes TV.

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

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

Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers : il succède depuis fin 2013 à l'Observatoire de l'équipement des foyers pour la réception de la télévision numérique créé en 2008 sous l'égide du CSA, en partenariat avec le Comité stratégique pour le numérique, la Direction Générale des Médias et des Industries Culturelles (DGMIC) et le Groupement d'intérêt public France Télé Numérique. Réunissant désormais le CSA, la Direction générale des entreprises, la DGMIC et l'Agence nationale des fréquences, l'Observatoire mesure le niveau d'équipement des foyers français (notamment les différents modes d'accès à la télévision numérique) et publie deux fois par an le résultat de ses enquêtes, confiées à Médiamétrie.

OEA (Observatoire Européen de l'Audiovisuel) : l'Observatoire est une organisation de service public basée à Strasbourg chargée de collecter et de diffuser les informations relatives à l'industrie audiovisuelle en Europe.

SACD (Société des Auteurs et Compositeurs Dramatiques) : société civile à but non lucratif de gestion des droits d'auteurs. Fondée par les auteurs réunis autour de Beaumarchais, elle est mandatée par les auteurs qui la détiennent et la composent pour protéger et défendre leurs droits.

SRI (Syndicat des Régies Internet) : le Syndicat des Régies Internet fédère des membres, des régies internet et des partenaires exerçant une activité complémentaire et/ou technologique de monétisation publicitaire.

UDECAM : l'Union Des Entreprises de Conseil et Achat Media réunit 24 agences médias, architectes des stratégies de moyens au service des objectifs branding et business des marques.

Vertigo : institut d'études spécialisé dans les médias.

L'OFFRE DE CHAÎNES

À la fin de l'année 2019, 207 chaînes ⁽¹⁾ sont autorisées, conventionnées ou déclarées⁽²⁾ auprès du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) pour une diffusion en métropole. Elles se répartissent comme suit : 31 chaînes autorisées en télévision numérique terrestre, 117 chaînes conventionnées et 59 chaînes déclarées.

1. LES CHAÎNES DE LA TNT

À la fin de 2019, 31 chaînes nationales sont disponibles pour les téléspectateurs de la TNT (dont 29 en version haute définition). 26 de ces chaînes sont accessibles gratuitement et cinq sont payantes.

CHAÎNES GRATUITES ET PAYANTES DE LA TNT (au 31 décembre 2019)

CHAÎNES GRATUITES		CHAÎNES PAYANTES	
CHAÎNES	ÉDITEURS	CHAÎNES	ÉDITEURS
TF1	Groupe TF1	CANAL+	Groupe Canal Plus
FRANCE 2	Groupe France Télévisions	CANAL+ CINÉMA	Groupe Canal Plus
FRANCE 3	Groupe France Télévisions	CANAL+ SPORT	Groupe Canal Plus
FRANCE 5	Groupe France Télévisions	PLANÈTE+	Groupe Canal Plus
M6	Groupe M6	PARIS PREMIÈRE *	Groupe M6
ARTE	Arte France		
C8	Groupe Canal Plus		
W9	Groupe M6		
TMC	Groupe TF1		
TFX	Groupe TF1		
LCI *	Groupe TF1		
NRJ 12	Groupe NRJ		
LCP/PUBLIC SENAT	LCP AN/Public Sénat		
FRANCE 4	Groupe France Télévisions		
BFM TV	Groupe NextRadioTV/Altice		
CNEWS	Groupe Canal Plus		
CSTAR	Groupe Canal Plus		
GULLI	Groupe M6		
FRANCE Ô*	Groupe France Télévisions		
TF1 FILMS SÉRIES	Groupe TF1		
L'ÉQUIPE	Groupe Amaury		
6TER	Groupe M6		
RMC STORY	Groupe NextRadioTV/Altice		
RMC DÉCOUVERTE	Groupe NextRadioTV/Altice		
CHÉRIE 25	Groupe NRJ		
FRANCEINFO: *	Groupe France Télévisions		

Source : CSA
* Chaînes non diffusées en HD.

Les deux chaînes de France Télévisions, France 4 et France Ô, devraient cesser d'émettre le 9 août 2020.

2. LES CHAÎNES PAYANTES NATIONALES CONVENTIONNÉES ET DÉCLARÉES

Au 31 décembre 2019, 176 chaînes nationales payantes étaient conventionnées ou déclarées pour une diffusion en France métropolitaine sur les réseaux n'utilisant pas de fréquences assignées par le CSA (câble, satellite, xDSL, FTTx).

CHAÎNES CONVENTIONNÉES OU DÉCLARÉES POUR UNE DIFFUSION SUR LE CÂBLE, LE SATELLITE, L'XDSL OU LE FTTX (au 31 décembre 2019)

Chaînes conventionnées 117
 Chaînes déclarées 59 ⁽³⁾
TOTAL 176

⁽¹⁾ Hors services locaux et chaînes distribuées exclusivement en dehors de la métropole.

⁽²⁾ Un service de télévision autorisé est un service qui utilise une fréquence hertzienne attribuée ou assignée par le CSA pour un usage de radiodiffusion. Un service de télévision conventionné est un service n'utilisant pas de fréquence assignée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel et qui a conclu une convention avec le CSA lui permettant d'être diffusé par le câble, le satellite, l'xDSL, le FTTx ou sur réseau mobile. Un service de télévision déclaré est un service n'utilisant pas de fréquence assignée par le CSA et dont le budget annuel est inférieur à 150 000 €. Une simple déclaration doit être déposée auprès du CSA préalablement à la diffusion du service par le câble, le satellite, l'ADSL, le FTTx ou sur réseau mobile.

⁽³⁾ Un nombre important de chaînes n'ont pas demandé le renouvellement de leur déclaration en 2019, ce qui explique la baisse du nombre de chaînes déclarées (elles étaient 86 au 31/12/2018).

Durant l'année 2019, le CSA a conclu trois conventions avec de nouvelles chaînes et 8 chaînes ont bénéficié du régime déclaratif ⁽⁴⁾.

NOUVELLES CHAÎNES NATIONALES CONVENTIONNÉES OU DÉCLARÉES AUPRÈS DU CSA EN 2019

CHAÎNES CONVENTIONNÉES	CHAÎNES DÉCLARÉES
Connaissance du Monde Olympia TV Sport en France	01 TV Bazik TV Canal+ Formule 1 Canal+ Moto GP Canal+ Premier League Canal+ Top 14 Inter K'RAIB TV Sports TV

Source : CSA.

Onze chaînes ont résilié ou non renouvelé leur convention en 2019 : 3A Télésud, Africa 24, Elle Girls, LaTV3D, Motors TV, Onzéo, QVC, QVC 24, Télé TV, UOne TV, Virgin Radio TV.

3. LES CHAÎNES PAYANTES DIFFUSÉES EN FRANCE EN 2019

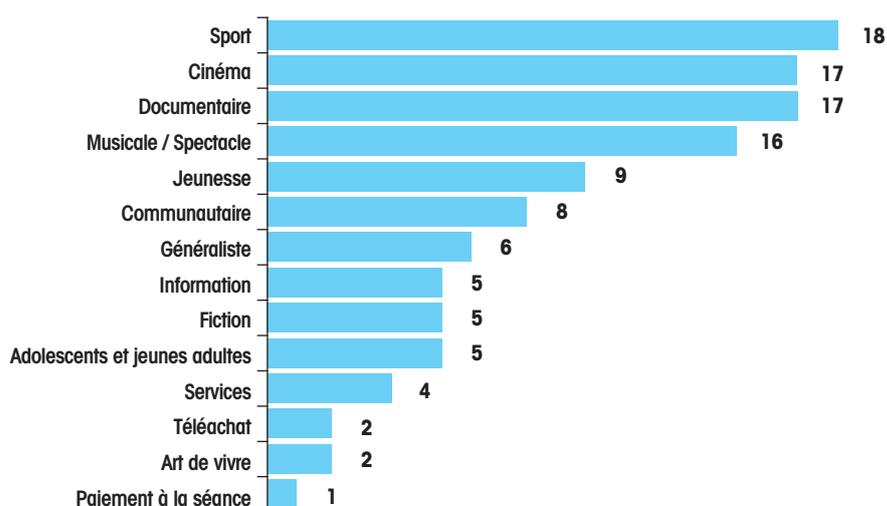
Au 31 décembre 2019, 115 chaînes nationales payantes autorisées ou conventionnées sont diffusées en France métropolitaine ⁽⁵⁾.

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

- certaines d'entre elles ne sont diffusées que dans des territoires d'outre-mer ;
- d'autres, bien que bénéficiant d'une convention avec le Conseil, n'ont jamais été lancées, notamment pour des raisons économiques.

Le graphique ci-dessous classe par thématique les chaînes nationales payantes numériques diffusées en France métropolitaine à la fin de 2019, qu'elles soient autorisées ou conventionnées ⁽⁶⁾.

CHAÎNES NATIONALES PAYANTES CONVENTIONNÉES OU AUTORISÉES DIFFUSÉES EN MÉTROPOLE, RÉPARTIES PAR THÉMATIQUE (au 31 déc. 2019)



Source : CSA.

⁽⁴⁾ Hors services temporaires.

⁽⁵⁾ Les déclinaisons d'une même chaîne sont comptabilisées dans cette étude comme autant de chaînes, même si elles ont la même convention. Ainsi, par exemple, Télétoon et Télétoon+1 sont comptabilisées comme deux chaînes, alors qu'il n'y a qu'une convention pour ces deux chaînes.

⁽⁶⁾ Ne sont pas prises en compte les chaînes conventionnées exclusivement diffusées sur internet, les chaînes qui ont une convention temporaire et les chaînes bénéficiant du régime déclaratif.

4. LA TÉLÉVISION DE RATRAPAGE (TVR)

REMARQUES MÉTHODOLOGIQUES

Le baromètre de la télévision de rattrapage du CNC rassemble des données sur l'offre, la consommation et le public de la télévision de rattrapage. L'analyse de l'offre, réalisée pour le CNC par Lagardère Digital France, présente l'offre de programmes de 23 chaînes nationales disponibles en TVR sur internet, en nombre de vidéos et en volume horaire. L'analyse de la consommation est produite par NPA Conseil et GfK associées à Canal+ Régie, France Télévisions Publicité, M6 Publicité Digital, TF1 Publicité Digital et Lagardère Publicité à partir des données de Médiamétrie eStat streaming, Comscore Digital Analytix, Omniture, Flurry Analytics et des données en provenance des opérateurs. Le baromètre est constitué par les résultats des 23 chaînes suivantes : Canal+, CNews, C8, CStar, Pivi+, Télétoon+ (suite à une rupture du flux de données de Canal+, les résultats du groupe sont des estimations à partir de juillet 2018) ; Outre-Mer 1^{ère}, France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô ; M6, W9, Paris Première, Téva, 6ter ; TF1, LCI, TMC, TFX, TF1 Séries Films ; Gulli. Enfin, le public et ses usages sont appréhendés via une enquête en ligne mensuelle réalisée par Vertigo.

La télévision de rattrapage (TVR) ou télévision à la demande, correspond à l'ensemble des services permettant de voir ou revoir des programmes après leur diffusion sur une chaîne de télévision, pendant une période déterminée, gratuitement ou sans supplément dans le cadre d'un abonnement.

L'OFFRE

Selon le baromètre de la télévision de rattrapage du CNC, en décembre 2018, l'offre des chaînes nationales gratuites disponible en télévision de rattrapage sur internet est constituée de 22 432 heures de programmes. Elle est en recul de 3,7 % par rapport à novembre 2018 et de 8,2 % sur un an (-10,0 % pour les chaînes historiques et -7,1 % pour les chaînes TNT/TNT HD).

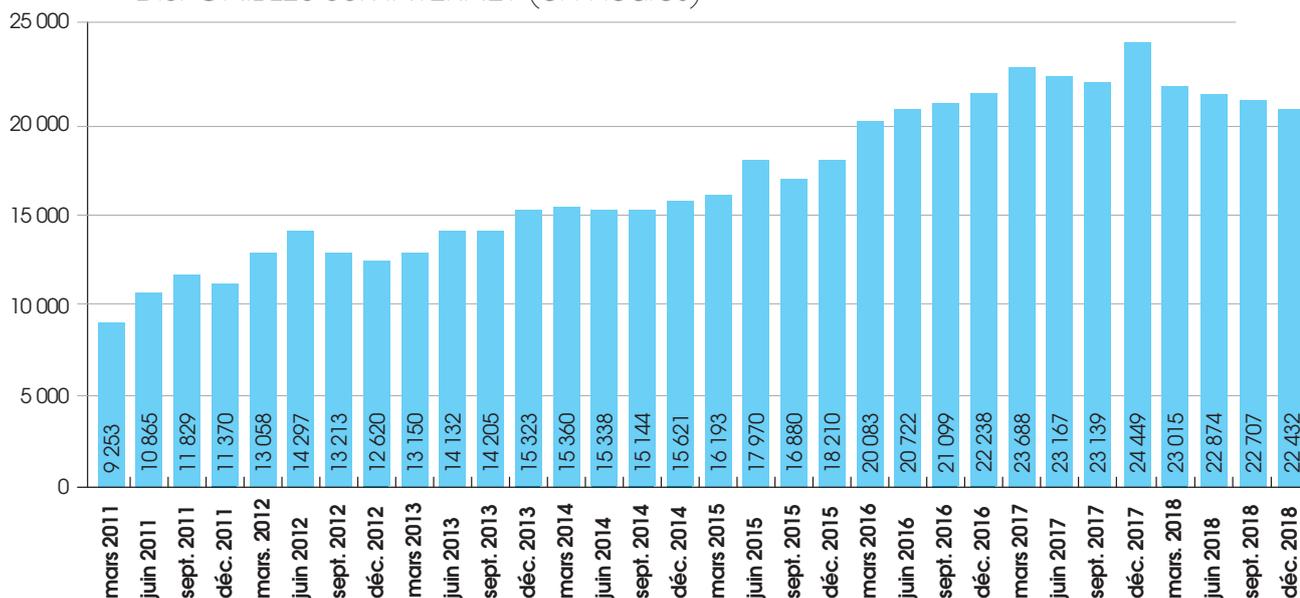
Entre novembre et décembre 2018, l'offre diminue de 1,8 % à 19 716 heures pour les programmes de flux et de 15,6 % à 2 717 heures pour les programmes de stock. L'animation, le documentaire, la fiction et le cinéma constituent ainsi 12,1 % de l'offre de TVR en décembre 2018. Les principales offres sont proposées par TF1, M6 et France 2 pour la fiction, par France 4, M6 et TF1 pour l'animation et par RMC Découverte, France 5 et Public Sénat pour le documentaire.

En décembre 2018, la fiction française compose 41,6 % de l'offre de fiction proposée en TVR, contre 25,1 % pour la fiction américaine, 6,8 % pour la fiction européenne non française et 26,3 % pour la fiction d'autres nationalités.

9,1 % de l'offre totale de TVR est disponible entre 0 et 7 jours (2 043 heures). 81,3 % des programmes sont consultables plus de 30 jours (18 237 heures).

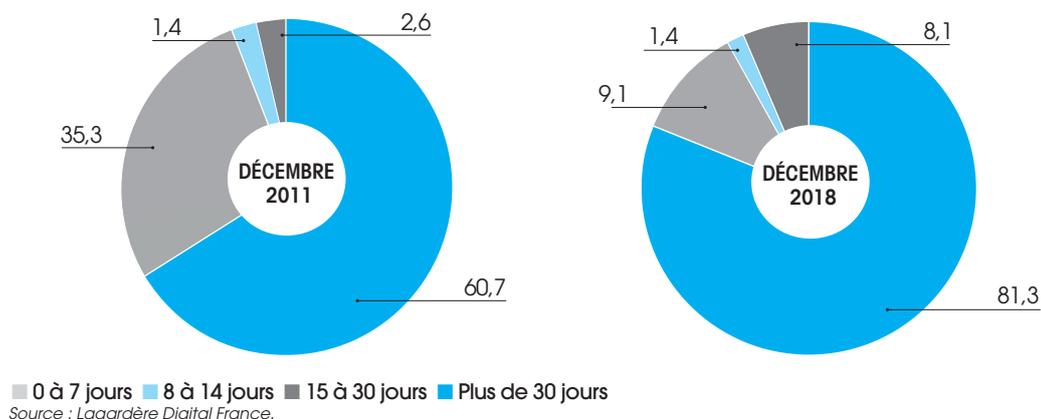
En mars 2019, l'offre des chaînes nationales gratuites disponible en télévision de rattrapage sur internet est constituée de 20 490 heures, soit une légère hausse de 0,8 % par rapport à février 2019 et une baisse de 11,0 % sur un an. L'offre est stable à 18 303 heures pour les programmes de flux et en progression de 2,1 % pour les programmes de stock à 2 188 heures.

OFFRE DE TÉLÉVISION DE RATRAPAGE DES CHAÎNES NATIONALES DISPONIBLES SUR INTERNET (en heures)



Source : Lagardère Digital France.

RÉPARTITION DE L'OFFRE DE TÉLÉVISION DE RATTRAPAGE EN VOLUME HORAIRE SELON LA DISPONIBILITÉ



LA CONSOMMATION

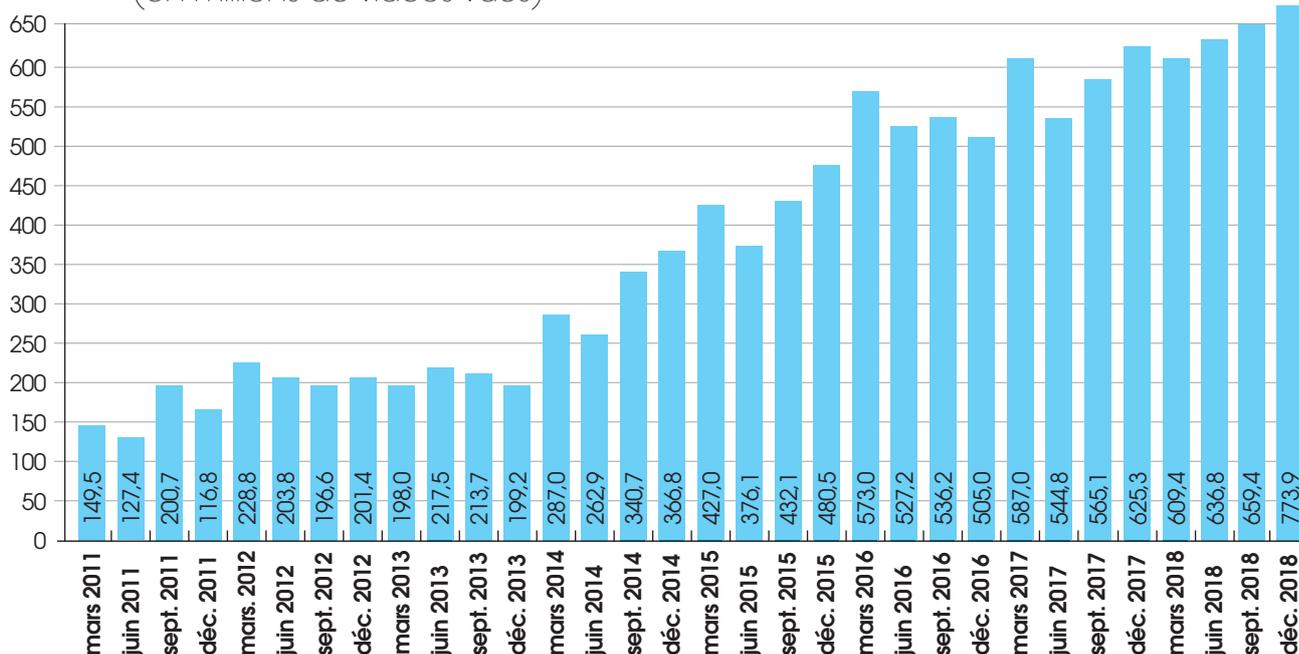
En décembre 2018, 773,9 millions de vidéos sont visionnées sur les services de TVR du panel (composé de 23 chaînes dont 18 chaînes nationales), soit 25,0 millions de vidéos vues chaque jour. La consommation diminue de 0,8 % par rapport à novembre 2018 et progresse de 23,8 % sur un an. 8,1 milliards de vidéos ont été vues en TVR sur les douze mois de 2018.

La consommation de télévision en ligne, qui inclut la télévision de rattrapage ainsi que les bonus et la consommation des chaînes en direct sur les supports autres que la télévision, totalise 880,4 millions de vidéos vues en décembre 2018 (+0,4 % sur un mois et +18,3 % sur un an) et 9,4 milliards de vidéos visionnées depuis le début de l'année. Le téléphone mobile se place en première position en termes de consommation avec 38,8 % des vidéos vues en décembre pour le téléphone contre 31,1 % pour le téléviseur. Les programmes jeunesse, le documentaire, la fiction et le cinéma totalisent 56,4 % des vidéos visionnées.

Les meilleures audiences de télévision en ligne sont réalisées par *Demain nous appartient* pour le groupe TF1, *Plus belle la vie* pour le groupe France Télévisions, *Les princes et les princesses de l'amour* pour le groupe M6 et *Kally's Mashup, la voix de la pop* pour le groupe Lagardère Active.

En mars 2019, 815,5 millions de vidéos sont visionnées sur les services de télévision de rattrapage du panel, soit 26,3 millions de vidéos vues chaque jour, pour une hausse de 16,8 % par rapport à février 2019 et de 33,8 % sur un an.

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



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

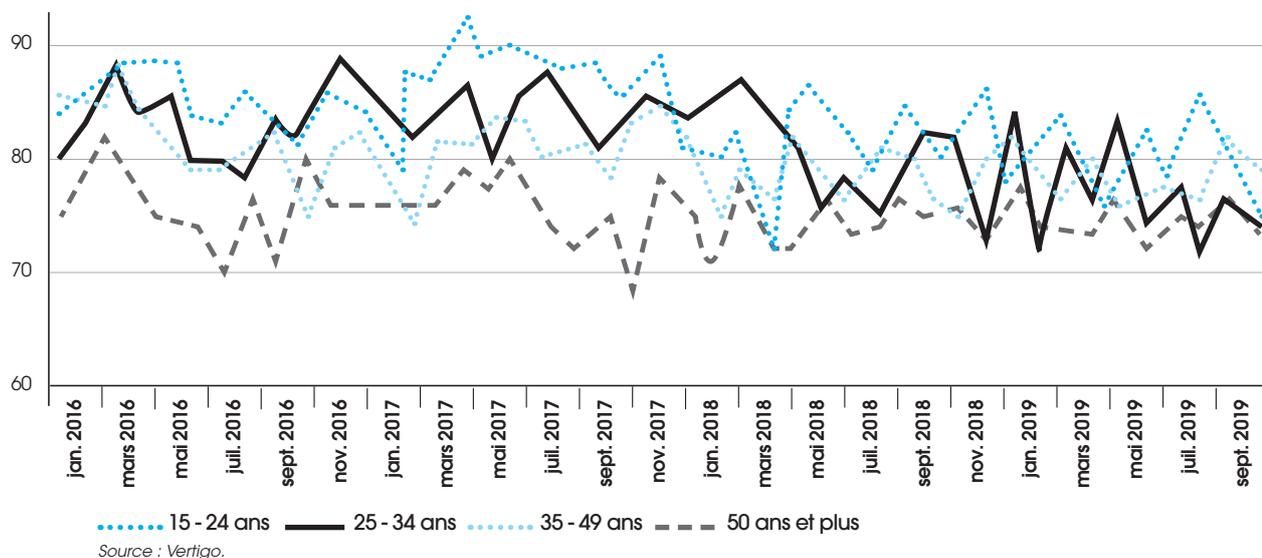
LE PUBLIC

75,1 % des internautes âgés de 15 ans et plus interrogés en septembre 2019 déclarent avoir regardé des programmes en TVR au cours des 12 derniers mois (-3,5 points par rapport à août 2019). La pénétration de la TVR s'élève à 74,8 % chez les 15-24 ans, 78,5 % chez les CSP+ et 74,6 % en région parisienne. 57,5 % du public regarde des programmes en TVR au moins une fois par semaine, 26,5 % au moins une fois par mois et moins d'une fois par semaine et 16,1 % moins d'une fois par mois.

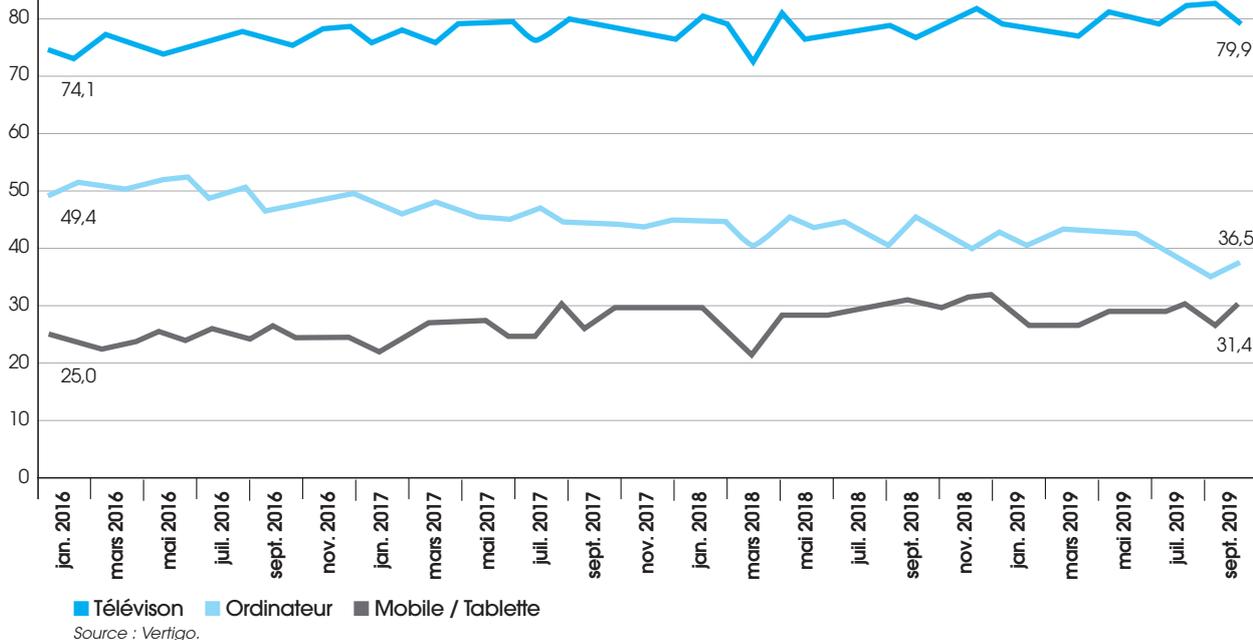
Sur les 30 derniers jours, la pénétration de la TVR s'établit à 68,6 % des internautes en décembre 2018 (-1,8 point par rapport à août 2019). 79,9 % des utilisateurs regardent des programmes en TVR sur un téléviseur, 36,5 % sur un ordinateur, 31,4 % sur un appareil mobile dont 15,7 % sur une tablette et 22,4 % sur un téléphone.

93,8 % du public regarde en TVR des programmes des chaînes historiques, 31,1 % des programmes des chaînes TNT et 17,9 % des programmes des chaînes TNT HD. TF1 est la chaîne la plus regardée en TVR (59,9 % du public) devant M6 (44,6 %) et France 2 (34,5 %). Parmi les chaînes TNT, la première place est occupée par W9 (16,2 %) devant TMC (9,9 %).

PÉNÉTRATION DE LA TÉLÉVISION DE RATTRAPAGE SELON L'ÂGE (en %)



PÉNÉTRATION DE LA TÉLÉVISION DE RATTRAPAGE SELON LE SUPPORT (en %)



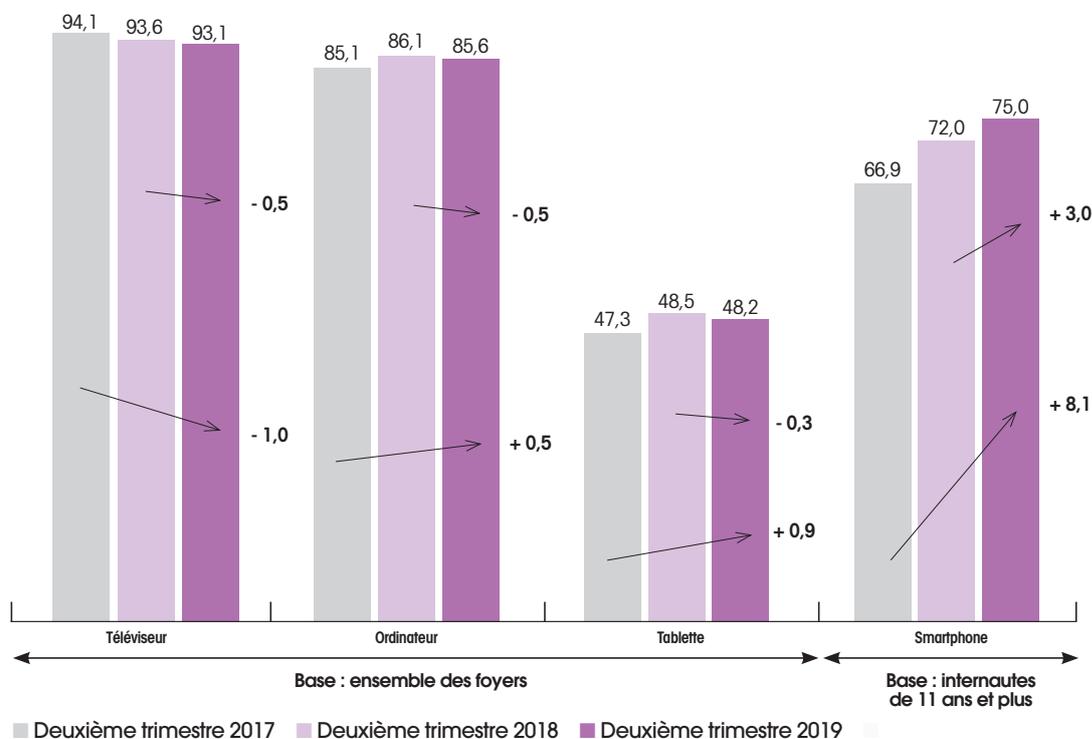
En septembre 2019, 79,9 % des utilisateurs regardent des programmes en télévision de rattrapage sur un téléviseur, 36,5 % sur un ordinateur et 31,4 % sur un appareil mobile.

LES MODES DE RÉCEPTION DE LA TÉLÉVISION EN FRANCE

1. LES ÉCRANS DE RÉCEPTION

Les écrans se multiplient au sein des foyers : au deuxième trimestre 2019, le nombre moyen d'écrans permettant de consommer de la vidéo était de 5,6 par foyer ⁽¹⁾.

ÉVOLUTION DE L'ÉQUIPEMENT AUDIOVISUEL DES FOYERS (en % des foyers métropolitains équipés d'au moins un téléviseur)



Le téléviseur demeure de loin l'écran le plus présent, avec un taux de pénétration dans les foyers métropolitains équipés en téléviseur de 93,1 % au deuxième trimestre 2019 ⁽²⁾. Ce taux est en baisse lente depuis 2013 (-5 points). Au deuxième trimestre 2019, 75 % des internautes de 11 ans et plus sont équipés d'un smartphone, contre 72 % un an auparavant ⁽³⁾. Après une période de forte progression, passant de 5 % de foyers métropolitains équipés TV en 2011 à 48,5 % en 2018, la pénétration des tablettes semble se stabiliser entre 2018 et 2019 (-0,3 point). Le taux de pénétration des ordinateurs se stabilise également depuis début 2017, oscillant entre 85 % et 86 % des foyers métropolitains équipés en téléviseur(s) ⁽⁴⁾.

La consommation de la télévision sur des écrans autres que le téléviseur représente désormais une part non négligeable de la consommation de télévision : chaque jour, 4,3 millions de français de 4 ans et plus (soit 10 % des 41,3 millions de téléspectateurs quotidiens de 4 ans et plus) regardent des programmes de télévision (en direct ou en rattrapage) sur un écran autre que le téléviseur (ordinateur, tablette ou smartphone) ⁽⁵⁾. Cette tendance est principalement portée par les jeunes générations et les catégories CSP+ qui s'équipent de moins en moins en téléviseur au profit d'écrans alternatifs permettant notamment la consommation de contenus audiovisuels en mobilité.

⁽¹⁾ ⁽²⁾ ⁽⁴⁾ Médiamétrie pour CSA, DGE, DGMIC et ANFR. Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers, T2 2019.

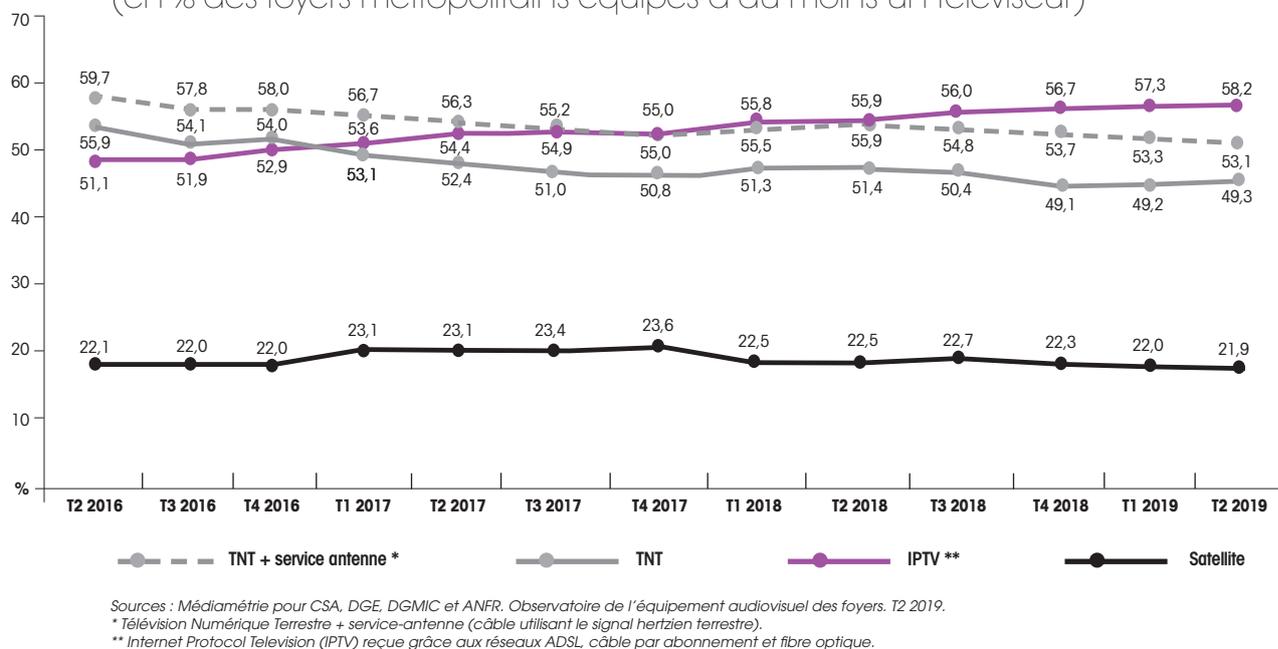
⁽³⁾ Le taux de pénétration des smartphones, plutôt considéré comme un équipement individuel, est calculé sur une base internautes de 11 ans et plus et non foyers comme les trois autres écrans.

⁽⁵⁾ Source : Médiamétrie. Année TV 2019.

2. LES MODES DE RÉCEPTION

Les modes de réception de la télévision témoignent d'une diversité certaine au sein des foyers portée par la place toujours importante de la TNT et la progression constante des réseaux internet filaires.

ÉVOLUTION DE LA PÉNÉTRATION DES MODES DE RÉCEPTION DE LA TÉLÉVISION DANS LES FOYERS MÉTROPOLITAINS (en % des foyers métropolitains équipés d'au moins un téléviseur)



LA RÉCEPTION MODE PAR MODE

Mode hertzien terrestre (Télévision Numérique Terrestre)

Au deuxième trimestre 2019, 49,3 % des foyers métropolitains équipés d'au moins un téléviseur, soit 13,1 millions de foyers, disposaient d'une réception hertzienne terrestre (TNT) pour regarder la télévision. Cependant, ce mode de réception poursuit depuis plusieurs années une tendance à la baisse : elle a perdu 2,1 points en un an et 10 points en 5 ans.

Pour 22 % des foyers équipés d'au moins un téléviseur, soit 5,8 millions de foyers, la TNT est le mode de réception exclusif de la télévision⁽⁶⁾. Le taux de réception exclusive de la TNT suit une légère tendance à la baisse depuis plusieurs années (de 23,5 % à 22,0 % des foyers équipés TV en un an), là où la combinaison des modes de réception TNT et IPTV reste stable (de 19,7 % à 19,5 %)⁽⁷⁾.

Câble, ADSL et fibre optique

Au deuxième trimestre 2019, 58,2 % des foyers métropolitains équipés d'au moins un téléviseur recevaient la télévision grâce aux réseaux d'accès internet fixe (services gérés), soit une augmentation de 2,3 points en un an.

De plus en plus de foyers français peuvent accéder à la télévision par internet grâce à la montée en débit des réseaux filaires existants et au déploiement des technologies utilisant la fibre optique. Pour rappel, un débit internet minimum de 8 Mbits/s est nécessaire pour recevoir la télévision par internet en haute définition⁽⁸⁾. Au deuxième trimestre 2019, 15,5 millions de logements (+32 % sur un an) sont éligibles au très haut débit en fibre de bout en bout (première carte de la page suivante), 9,5 millions de logements (+3 %) sont éligibles au très haut débit à terminaison en câble coaxial (deuxième carte de la page suivante) et 5,9 millions sont éligibles au VDSL2 (stable)⁽⁹⁾.

Le nombre d'abonnements couplant une offre d'accès à internet et une offre de télévision continue ainsi de progresser. Au deuxième trimestre 2019, le nombre d'abonnements multi-play incluant un service audiovisuel s'élève à 20,9 millions, soit une augmentation de 550 000 abonnements en un an (+3 %)⁽¹⁰⁾.

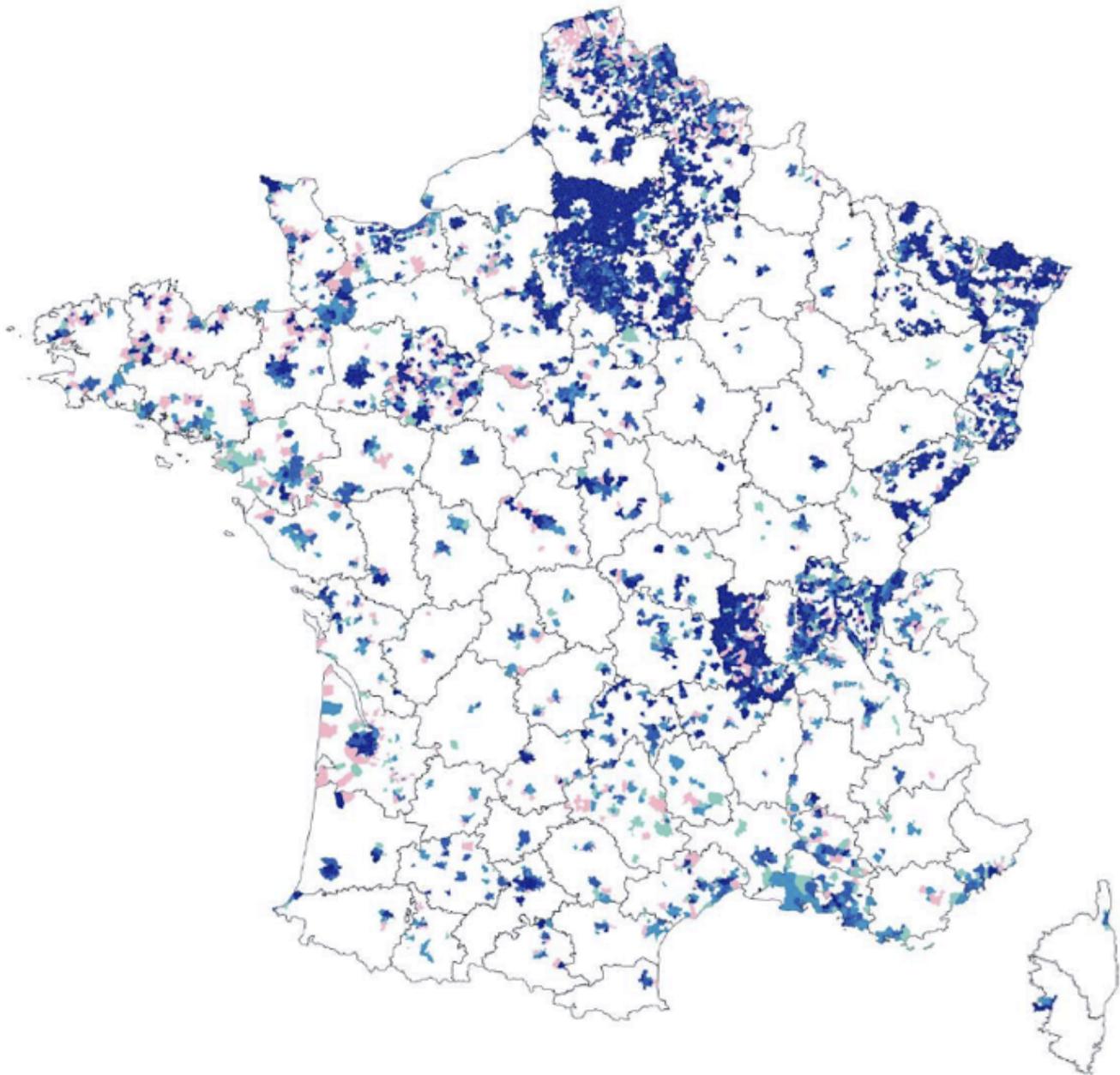
⁽⁶⁾ Médiamétrie pour CSA, DGE, DGMIC et ANFR. Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers, 1^{er} semestre 2019.

⁽⁸⁾ Ce seuil ne préjuge pas des consommations internet annexes pouvant être effectuées simultanément au visionnage de la télévision sur le téléviseur. Source : ARCEP. Consultation publique du 27 juillet au 22 septembre 2017 « Analyse du marché 3b : marché pertinent du haut et du très haut débit ».

⁽⁹⁾ La VDSL est une version améliorée de l'ADSL pouvant offrir des débits supérieurs à 30 Mbit/s. Source : ARCEP. Observatoire des marchés des communications électroniques, Services fixes haut et très haut débit : abonnements et déploiements. 2^e trimestre 2019.

⁽¹⁰⁾ Source : ARCEP, Observatoire des marchés des communications électroniques. Services fixes haut et très haut débit : abonnements. 2^e trimestre 2019.

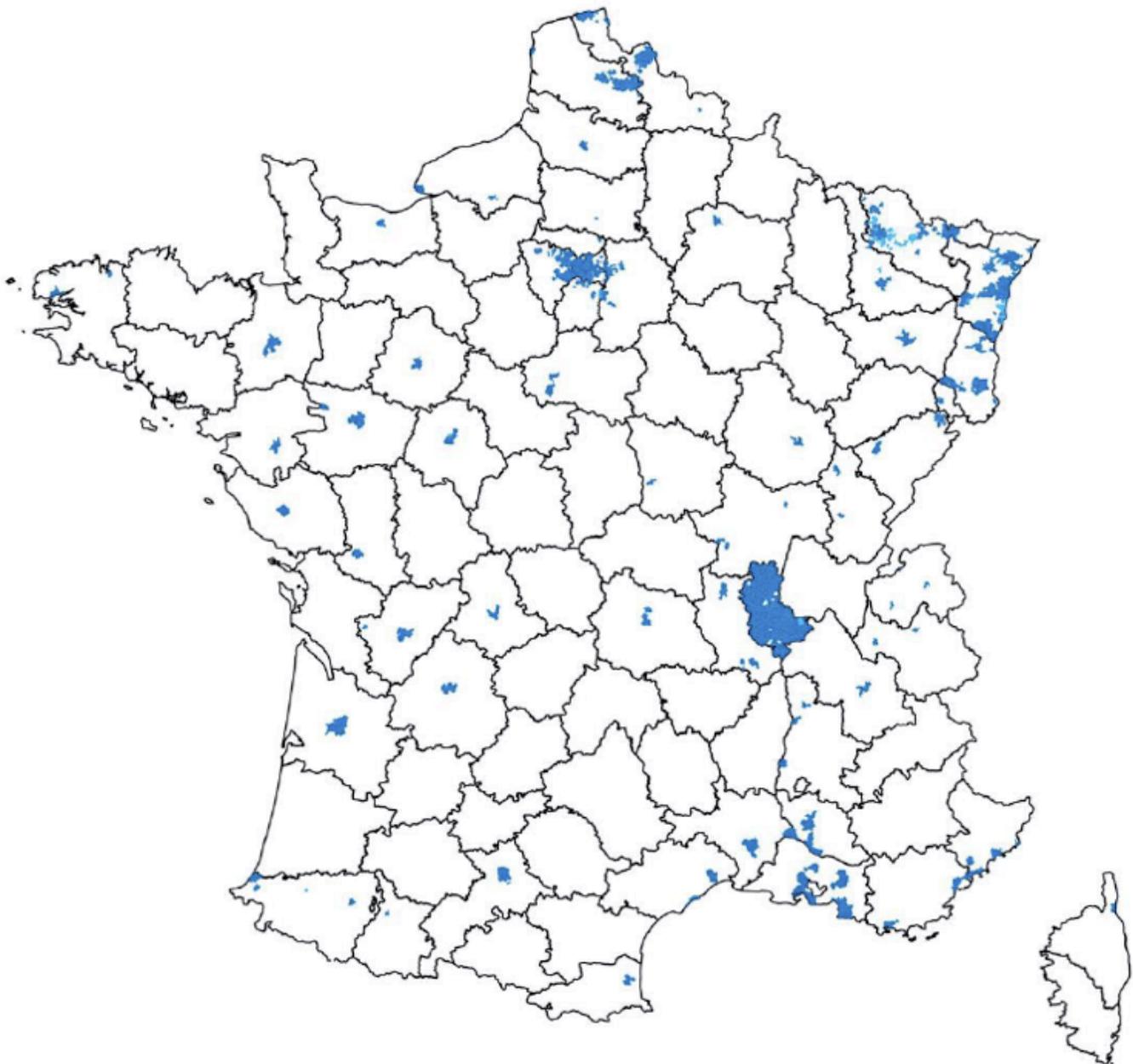
DÉPLOIEMENT DES RÉSEAUX EN FIBRE OPTIQUE JUSQU'À L'ABONNÉ AU 30 JUIN 2019



- Moins de 10 % de locaux raccordables.
- Entre 10 % et 25 % de locaux raccordables.
- Entre 25 % et 50 % de locaux raccordables.
- Entre 50 % et 80 % de locaux raccordables.
- Plus de 80 % de locaux raccordables.

Source : ARCEP, *Observatoire des marchés des communications électroniques*,
Services fixes haut et très haut débit : abonnements et déploiements, T2 2019, 5 septembre 2019.

DÉPLOIEMENT DES RÉSEAUX À TERMINAISON EN CÂBLE COAXIAL (THD) AU 30 JUIN 2019



■ Communes avec des réseaux à terminaison en câble coaxial >30 Mbits/s et <100 Mbits/s.

■ Communes avec des réseaux à terminaison en câble coaxial >= 100 Mbits/s.

Source : ARCEP. Observatoire des marchés des communications électroniques.
Services fixes haut et très haut débit : abonnements et déploiements. T2 2019. 5 septembre 2019.

Réception hertzienne satellitaire

Au deuxième trimestre 2019, 21,9 % des foyers métropolitains équipés d'au moins un téléviseur disposent d'une réception gratuite ou payante par satellite, soit 5,8 millions de foyers. Après une légère tendance à la hausse en 2017, le taux global de réception hertzienne satellitaire est reparti à la baisse début 2018, pour atteindre son niveau historique le plus bas à mi-2019. Sur le plus long terme, la réception satellite suit une très lente tendance à la baisse (-2,8 points en 7 ans), qui s'est toutefois ralentie depuis 2016.

La réception du satellite payant, après un léger regain fin 2017, continue sa baisse tendancielle et atteint au deuxième trimestre 2019 son niveau le plus bas, à hauteur de 8,3 % des foyers métropolitains équipés en téléviseur(s).

Après une augmentation début 2017, la pénétration du satellite gratuit se maintient désormais entre 13 % et 14 % (13,6 % des foyers métropolitains équipés en téléviseur(s) au deuxième trimestre 2019).

3. NOMBRE DE FOYERS ABONNÉS À UNE OFFRE PAYANTE DE TÉLÉVISION

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel estime que le nombre de foyers de France métropolitaine ayant souscrit à une offre payante d'accès à la télévision atteint, au deuxième trimestre 2019, 17,7 millions de foyers (+510 000 par rapport au deuxième trimestre 2018), soit 66,5 % des foyers équipés d'au moins un téléviseur (+2,2 points) ⁽¹⁾.

RÉPARTITION PAR MODE DE RÉCEPTION DES FOYERS ABONNÉS À UNE OFFRE PAYANTE DE TÉLÉVISION AU DEUXIÈME TRIMESTRE 2019 (hors TNT payante)

Mode de réception	Nombre de foyers abonnés (en millions)	Part de foyers abonnés sur le nombre de foyers équipés d'au moins un téléviseur (en %)
Satellite avec abonnement	2,2	8,3 %
ADSL, câble, fibre optique	15,5	58,2 %
TOTAL	17,7	66,5 %

Source : Médiamétrie pour CSA, DGE, DGMIC et ANFR. Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers. S1 2019.

⁽¹⁾ Médiamétrie pour CSA, DGE, DGMIC et ANFR. Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers. S1 2019.

LA DISTRIBUTION DES CHAÎNES

1. LES OFFRES DISPONIBLES EN MODE HERTZIEN TERRESTRE NUMÉRIQUE

Au 31 décembre 2019, l'offre de chaînes nationales en mode hertzien terrestre numérique est composée de 26 chaînes gratuites, diffusées en HD à l'exception de LCI, de France Ô et de franceinfo: et de 5 chaînes payantes, diffusées en HD également, à l'exception de Paris Première.

CHAÎNES DIFFUSÉES EN NUMÉRIQUE TERRESTRE (au 31 décembre 2019)

LES CHAÎNES NATIONALES PUBLIQUES GRATUITES	LES CHAÎNES NATIONALES PRIVÉES GRATUITES	LES CHAÎNES NATIONALES PAYANTES
France 2 France 3 France 4 France 5 France Ô La Chaîne Parlementaire (Public Sénat et LCP-AN) Arte franceinfo:	TF1 M6 W9 C8 BFMTV CNews CStar NRJ 12 TMC TFX Gulli TF1 Séries Films Gler RMC Story RMC Découverte Chérie 25 LCI La Chaîne L'Équipe	Canal+ ⁽¹⁾ Canal+ Cinéma Canal+ Sport Planète+ Paris Première

Source : CSA.

2. LES OFFRES DISPONIBLES PAR SATELLITE ⁽²⁾

LES OFFRES GRATUITES

Au terme du processus de déploiement de la TNT, près de 97 % des Français sont couverts par le réseau terrestre, soit un niveau plus élevé que le seuil de 95 % fixé par la loi. Afin de permettre une couverture plus complète du territoire, l'article 6 de la loi n° 2007-309 du 5 mars 2007, relative à la modernisation de la diffusion audiovisuelle et à la télévision du futur, prévoit le lancement d'une offre satellitaire gratuite ayant une couverture au moins équivalente à celle des services analogiques en clair. Suite à l'adoption de cette disposition, un bouquet reprenant notamment les chaînes gratuites de la TNT, dénommé « TNTSAT », est distribué depuis juin 2007 par CanalSat.

En outre, l'article 20 de la loi du 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision prévoit que les éditeurs de services de télévision ne peuvent s'opposer à la reprise de leurs programmes par voie satellitaire au sein d'une offre gratuite dès lors que cette reprise n'est pas à leurs frais. L'opérateur Eutelsat a ainsi mis à disposition du public en 2009 un autre bouquet satellitaire gratuit, reprenant notamment l'ensemble des chaînes gratuites de la TNT, dénommé « FRANSAT ».

OFFRES	DÉTAIL DE L'OFFRE	COMPOSITION DU PACK	REMARQUES
FRANSAT	<ul style="list-style-type: none"> • Les 27 chaînes gratuites de la TNT et les 24 chaînes régionales de France 3 ; • 11 chaînes supplémentaires en français, thématiques et locales (RT France, TV5 Monde, KTO, QVC, MB Live TV, DICI TV, Via Vosges, ETB1, ETB3, Berbère TV et Label TV) ; • 19 radios généralistes et thématiques nationales et internationales et les radios locales France Bleu. 	Un décodeur HD TV satellite obligatoirement labellisé FRANSAT parmi la centaine de modèles proposés et une carte d'accès FRANSAT.	Il est nécessaire de posséder une parabole orientée vers le satellite Eutelsat 5WA.
TNTSAT	<ul style="list-style-type: none"> • Les 27 chaînes gratuites de la TNT, les 24 chaînes régionales de France 3 et les plages en clair des chaînes du groupe Canal+ ; • 6 chaînes supplémentaires en français (France 24, Euronews, TV5 Monde, BFM Business, CCTV, M6 Boutique) ; • 36 radios françaises dont la quasi-totalité de la bande FM française ; • des centaines de TV et radios internationales. 	Un décodeur TV satellite obligatoirement labellisé TNTSAT parmi la centaine de modèles proposés et une carte TNTSAT.	Il est nécessaire de posséder une parabole orientée vers le satellite ASTRA 1.

Sources : DGMIC et CSA à partir des sites des opérateurs.

⁽¹⁾ Les trois chaînes Canal+ présentes dans l'offre payante de la TNT sont commercialisées à 39,90 €/mois. Cette offre inclut également Canal+ Family, Canal+ Séries et Canal+ Décalé, disponibles sur internet.

⁽²⁾ Les informations sur les offres (structure des offres, nombre de chaînes, tarifications...) contenues dans ce chapitre proviennent des sites internet des opérateurs au 31 janvier 2020.

LES OFFRES PAYANTES

OPÉRATEURS	LES OFFRES	PRIX
CANAL+	<p>Ces offres peuvent être reçues par le satellite, la TNT, le réseau internet, le câble ou l'ADSL/Fibre :</p> <ul style="list-style-type: none"> le pack principal : Canal+, Canal+ Décalé et Disney+ ; les packs thématiques (accessibles sous réserve d'être abonné au pack principal) : <p>- les chaînes Famille : la chaîne Canal+ Family et plus de 50 chaînes pour toute la famille, dont :</p> <ul style="list-style-type: none"> des chaînes jeunesse : Disney Junior, Disney XD, Disney Channel (+1), Disney+, Nickelodeon (+1), Nickelodeon Junior, Nickelodeon Teen, Télétoon+ (+1), Pivi+, Cartoon Network, Boomerang, Boing, Canal J, Tiji, Toonami ; des chaînes de séries et de divertissement : Comédie+, Novelas+, Polar+, WB TV, Série Club, MCM, TV Breizh, Paris Première, Téva, MTV, Game One, RTL9, AB1, Mangas TV, Non Stop People, Comedy Central ; des chaînes découverte : Planète+, Planète+ A&E, Planète+ Cl, Viceland, Voyage, National Geographic, Nat Geo Wild, histoire, Toute l'Histoire, Sciences & Vie TV, Ushuaïa TV, Museum Channel, MB Live TV ; des chaînes « musique, style de vie et TV perso » : La Chaîne Météo, Trace Urban, Clique TV, RFM TV, NRJ Hits, M6 Music, MyZen TV, CStar Hits France, Deutsche Gramophon TV, Trace Latina ; les 4 chaînes exclusives Canal+ : Canal+ Cinéma, Canal+ Séries, Canal+ Sport, Canal+ Family et Disney+ ; les chaînes Ciné Séries (Canal+ Cinéma, Canal+ Séries, Ciné+ Premier, Ciné+ Emotion, Ciné+ Club, Ciné+ Frisson, Ciné+ Famiz, Ciné+ Classic), Netflix, 4 chaînes DCS, Disney Cinéma, WB TV, TMC Cinéma, Polar+, Série Club, Paramount Channel, Action, Sundance TV, catalogue Fox Play (CanalPlay est inclus dans cette offre) ; les chaînes Sport : Canal+ Sport, beIN SPORTS, Eurosport, OLTV, AutoMoto, Infosport+, Equidia Live, Extrême Sport Channel, Foot+, Rugby+, Golf+ et Disney+ ; L'Intégrale : l'intégrale des programmes, chaînes et options Canal dans toutes les thématiques (Hors Pass XXL Dorcel VOD, Pass PINK X et Studio+), soit les 6 chaînes Canal+, plus de 90 chaînes sport, cinéma, séries, jeunesse, ainsi que toutes les chaînes en option incluses et Disney+. <p>Programmes sur 2 écrans TV avec les décodeurs Canal et jusqu'à 2 écrans mobiles en simultanée.</p> <ul style="list-style-type: none"> Panorama : plus de 60 chaînes thématiques (mais sans les chaînes Canal+) avec les thèmes Divertissement (Comédie+, Série Club, Polar+, MTV, Elle TV, Non Stop People, MCM, Game One, WB TV, J-One, Mangas, AB1, TV Breizh, NovelasTV, Téva, Paris Première, RTL9, BET), Sport (Infosport+, Eurosport 1, Eurosport 2, AutoMoto, OLTV, Equidia Live) et Découverte (Planète+, Planète A&E, Planète Cl, Voyage, National Geographic, Nat Geo Wild, Ushuaïa TV, Toute l'Histoire, histoire). <p>Le service Caféyn est offert à tous les abonnés Canal+. Le journal L'Equipe ou l'hébdomadaire Télérama sont également offerts aux abonnés à certaines offres.</p> <p>Sur le satellite uniquement :</p> <ul style="list-style-type: none"> Offre RMC Sport (soit RMC Sport 1, 2, 3, 4 et RMC Sport News). Offres avec les chaînes Canal+ telles que présentées ci-dessus (avec Le Cube). Canal+ Séries : service de V&A de Canal+ proposant notamment des séries françaises et internationales. 	<p>Ces offres sont commercialisées :</p> <ul style="list-style-type: none"> soit sans engagement (mais offres 100 % digitales, uniquement disponibles via les mobiles, tablettes, ordinateurs) ; soit avec un engagement d'un an, disponibles sur tous les supports y compris la télévision ; les prix d'abonnement pour un an sont supérieurs à ceux retenus pour un abonnement de deux ans ; soit avec un engagement de deux ans, sur tous supports ; ce tarif est alors le même que celui des offres sans engagement. <ul style="list-style-type: none"> Le pack principal : Canal+, Canal+ Décalé et Disney+ pour 19,90 €/mois si sans engagement ou engagement 2 ans (puis 26,89 €), ou 24,90 €/mois si engagement d'un an puis tarif en vigueur au moment de la fin de l'engagement (avec une option Multisports à 10 €/mois) ; Les packs thématiques (accessibles sous réserve d'être abonné au pack principal) : <ul style="list-style-type: none"> Pack principal + les chaînes Ciné Séries (incluant Netflix et Disney+) : 34,90 €/mois si sans engagement ou engagement 2 ans (puis 49,90 €) et 39,90 €/mois si engagement d'un an (54,90 € hors promotion) ; Pack principal + les chaînes Sport : 39,90 €/mois si sans engagement ou engagement 2 ans (49,90 € hors promotion) et 44,90 €/mois si engagement d'un an (54,90 € hors promotion) ; Pack principal + les 4 chaînes exclusives Canal+ et Disney+ : 24,90 €/mois si sans engagement ou engagement 2 ans (puis 34,90 €), 29,90 €/mois si engagement d'un an (puis 39,90 €) ; L'Intégrale : 89,90 €/mois si engagement de deux ans (puis 99,90 €), 99,90 €/mois si engagement d'un an (109,90 € hors promotion) ; <ul style="list-style-type: none"> options Canal+ à la carte : les chaînes Famille à 10 €/mois avec ou sans engagement. options « service » (flux supplémentaires sur myCANAL) ; Sport : chaînes entre 15 € et 20 €/mois ; Musique : chaînes entre 2 € et 4,50 €/mois ; Séries, cinéma : Disney Cinéma pour 8 €/mois ; Africa pour 4 €/mois ; Découverte de 4 € à 7 €/mois ; Jeunesse : Baby TV pour 2 €/mois ; option Canal Crescendo : chaînes Découverte, Extrême, Musique pour 12 €/mois ou 15 €/mois avec les chaînes adultes ; option +18 ans de 8 € à 20 €/mois ; Panorama : offre non compatible avec le pack principal Canal+ et les packs thématiques ; 19,90 €/mois si engagement 2 ans ou 24,90 €/mois si engagement 1 an ; Offre spéciale -26 ans (pack principal, Clique TV et Viceland) : 9,95 €/mois sans engagement ; Offre RMC Sport (en sus du pack principal) : 44,90 €/mois sans engagement (gratuit dans l'offre Intégrale) ; Canal+ Séries est disponible sans engagement pour un usage sur TV, ordinateur, tablette et smartphone à 6,99 €/mois pour un utilisateur, 9,99 €/mois pour 2 utilisateurs simultanés et 11,99 €/mois pour 4 utilisateurs simultanés.
BIS TÉLÉVISIONS (AB GROUP)	<ul style="list-style-type: none"> Offre Panorama dont : toutes les chaînes de la TNT ; 12 chaînes thématiques ; 500 chaînes TV et radios internationales (diffusées via Eutelsat et le décodeur) ; offre Ultimium : Panorama + 2 chaînes pour adultes. 	<ul style="list-style-type: none"> Offre Panorama : 7,99 €/mois ; option Ultimium : 13,99 €/mois ; option beIN SPORTS : 14,99 €/mois ; option beIN SPORTS + Panorama : 22,98 €/mois ; option beIN SPORTS + Ultimium : 28,98 €/mois.
FRANSAT (EUTELSAT) ET BIS TÉLÉVISIONS	<ul style="list-style-type: none"> Le pack « Sport » : beIN SPORTS ou RMC Sport ; le pack « Famille » : Bis TV (18 chaînes thématiques possibles, avec les options Panorama et Ultimium). 	<ul style="list-style-type: none"> Le pack « Cinéma » : 12 €/mois sans engagement ; le pack « Sport » : 14,99 €/mois (beIN SPORTS) ou 12 €/mois (RMC Sport) ; le pack « Musique » : 4,50 €/mois ; le pack « Jeunesse » : 6 €/mois ; le pack « Famille » : 7,99 €/mois (Bis TV + option Panorama) ou 13,99 €/mois (Bis TV + option Ultimium).
TV D'ORANGE	<p>Offre accessible avec le décodeur UHD 87 SAT, UHD 90 ou UHD 90 slim, et une antenne satellite orientée vers Astra :</p> <ul style="list-style-type: none"> de nombreuses chaînes françaises et internationales dont toutes les chaînes de la TNT ; vidéo à la demande ; TV à la demande (replay) ; TV en Haute Définition ; TV d'Orange sur ordinateur, smartphone, tablette via l'application. <p>En option :</p> <ul style="list-style-type: none"> des bouquets de chaînes thématiques ; un enregistreur TV ; le multi TV (il est possible d'avoir un second décodeur pour un second poste). 	<ul style="list-style-type: none"> Les bouquets de chaînes thématiques disponibles en option coûtent entre 4,99 € et 25 €/mois ; Un bouquet « intense » réunissant l'ensemble des bouquets proposés coûte 49 €/mois.
TNTSAT	Offres avec les chaînes Canal+ telles que présentées ci-dessus (avec Le Cube).	

Sources : DGMIC et CSA à partir des sites des opérateurs.

3. LES OFFRES PROPOSÉES PAR LES FOURNISSEURS D'ACCÈS À INTERNET ⁽³⁾

(sur xDSL, fibre, câble, mobile, tablette et ordinateur)

LES OFFRES TRIPLE-PLAY ⁽⁴⁾

FREE ⁽⁵⁾	LES OFFRES
Offre triple-play (accès internet-télévision-téléphone fixe)	<ul style="list-style-type: none"> Freebox Crystal à 9,99 €/mois pendant un an au lieu de 24,99 €/mois ; Freebox mini 4K : 14,99 €/mois pendant un an au lieu de 34,99 €/mois ; Freebox Révolution : 19,99 €/mois pendant un an au lieu de 44,99 €/mois avec TV by Canal (bouquet Panorama, 60 chaînes) ; Freebox One : 29,99 €/mois pendant un an (avec Netflix inclus) au lieu de 39,99 €/mois ; Freebox Delta : 49,99 €/mois sans engagement avec Netflix, Amazon Prime et TV by CANAL inclus ; L'offre Freebox Delta S : 39,99 €/mois sans engagement. Ne donne pas accès à une offre TV, sauf en OTT.
Service de TV (IPTV)	<p>Service compris dans les différentes offres :</p> <ul style="list-style-type: none"> Freebox Crystal : (en option) Freebox TV avec plus de 220 chaînes ; Freebox mini 4K : Freebox TV avec plus de 220 chaînes dont 100 en HD et android TV inclus ; Freebox Révolution : FreeboxTV (dont Freebox Replay), TV by Canal inclus, myCANAL, soit au total plus de 280 chaînes ; Freebox One : FreeboxTV et Netflix inclus ; Freebox Delta : FreeboxTV (dont Freebox Replay), TV by Canal, myCANAL, Netflix inclus, accès à CANAL VOD.
Nombre de chaînes	FreeboxTV comprend plus de 214 chaînes (et donne accès à Freebox Replay) ; TV by Canal comprend plus de 57 chaînes supplémentaires (offre Panorama, voir p21).
Bouquets	<ul style="list-style-type: none"> 48 packs en option dont : plus de 20 consacrés à des chaînes en langue étrangère entre 2,99 et 49 €/mois ; 5 au cinéma entre 5,99 et 14,99 €/mois ; le pack « beIN SPORTS » à 14,99 €/mois ; le pack OCS à 11,99 €/mois ; et des packs musique, jeunesse, sport, adulte et thématiques. Pour Freebox Delta, Freebox One, Freebox Révolution avec TV by Canal, Freebox Mini 4K : <ul style="list-style-type: none"> accès à plus de 250 chaînes à l'unité ou en pack ; accès aux services de vidéo à la demande et bouquets de services. Pour Freebox Crystal et Freebox Révolution : <ul style="list-style-type: none"> Freebox TV + 4,99 €/mois plus de 220 chaînes + Freebox Replay ; accès à plus de 250 chaînes à l'unité ou en pack ; accès aux services de vidéo à la demande et bouquets de services. Pour Freebox One et Freebox Delta : <ul style="list-style-type: none"> accès à TV by Canal et à Netflix inclus ; accès à Prime Video depuis la TV pour les membres Amazon Prime. Pour Freebox Révolution : <ul style="list-style-type: none"> accès à TV by Canal inclus accès à Netflix en option. Pour Freebox mini 4K : <ul style="list-style-type: none"> accès à Android TV inclus ; accès à Netflix en option.
Offres complémentaires	Toutes les offres proposées par Canal+ (voir p21).
VàD - TVR	Sept services de vidéo à la demande et de vidéo à la demande par abonnement.

Sources : DGMIC et CSA à partir des sites des opérateurs.

SOSH (LOW COST D'ORANGE)	LES OFFRES
Offre triple-play (accès internet-télévision-téléphone fixe)	<ul style="list-style-type: none"> Internet xDSL/VDSL 2 haut débit à 22,99 €/mois ; internet Fibre très haut débit à 30,99 €/mois.
Service de TV (IPTV) et nombre de chaînes	Deux possibilités : Appli TV d'Orange offerte sur demande ; 72 chaînes sur mobile, tablette et PC/Mac (mais pas sur téléviseur) ; option décodeur TV + Appli TV d'Orange à 5 €/mois avec 160 chaînes dont plus de 70 chaînes en HD sur télévision, mobile, tablette et PC/Mac.
Bouquets	Options payantes : 30 bouquets payants sont proposés dont le bouquet Ciné Séries (13,99 €/mois), beIN SPORTS (15 €/mois), bouquet famille (12,99 €/mois), Canal+ (14,90 €/mois), bouquet Famille Fibre incluant Famille by Canal (12,99 €/mois). Possibilité d'accéder à Netflix, FilmoTV et Pickle TV.

Sources : DGMIC et CSA à partir des sites des opérateurs.

⁽³⁾ À noter que d'autres opérateurs proposent les services de télévision dans les DOM et TOM : Orange, SFR, CAN'L, CanalBox, IZI BOX, Lagoon (télévision par satellite), Net Ocean Indien (chaînes du bouquet Canal+ en option, réception via la parabole), Parabole, Zeop.

⁽⁴⁾ Les opérateurs SFR et Orange proposent également des offres quadruple-play comprenant un service de téléphonie mobile.

⁽⁵⁾ L'offre Alice Box détenue par Free n'est plus disponible. Elle est remplacée par l'offre Freebox Crystal.

ORANGE	LES OFFRES
Offre triple-play (accès internet-télévision-téléphone fixe)	<ul style="list-style-type: none"> • Livebox à partir de 22,99 €/mois pendant 12 mois puis 36,99 €/mois ; • Livebox Fibre à partir de 22,99 €/mois pendant 12 mois puis 41,99 €/mois ; • Livebox UP à partir de 30,99 €/mois pendant 12 mois puis 44,99 €/mois ; • Livebox UP Fibre à partir de 30,99 €/mois pendant 12 mois puis 49,99 €/mois.
Service de TV (IPTV)	Compris dans le triple-play sans majoration (location de la Livebox incluse).
Nombre de chaînes	TV d'Orange : jusqu'à 160 chaînes TV dont plus de 50 en HD et plus de 20 en HD+.
Bouquets	<ul style="list-style-type: none"> • 2 bouquets sport : « beIN SPORTS » à 15 €/mois, « Bouquet Sports Max » à 19 €/mois ; • 5 bouquets cinéma/séries : « Bouquet Ciné Séries » (OCS) à 13,99 €/mois, « Bouquet Ciné Séries Max » (Ciné+) à 21 €/mois ; Starzplay à 4,99 €/mois ; Filmo TV à 6,99 €/mois ; Netflix sur abonnement ; • 2 bouquets musique : « Bouquet Musique classique » à 10 €/mois, « Melody » à 4,50 €/mois ; • Pickle TV à 4,99 €/mois ; • 4 bouquets multi-thématiques : Famille à 12,99 €/mois ; Famille Fibre à 12,99 €/mois ; Intense à 49 €/mois ; Pickle TV à 4,99 €/mois ; • 16 bouquets internationaux entre 5 et 14 €/mois ; • 4 bouquets « charme et adulte » entre 12,99 et 25 €/mois ; • 2 bouquets Canal+.
Offres complémentaires	<p>Pour les abonnés à l'offre Livebox Fibre :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Canal+ et pack Canal+ (cinéma, sport, série, family) à 14,90 €/mois et offres complémentaires avec des tarifs inférieurs de 5 € par rapport aux tarifs indiqués p21 qui présente les offres Canal ; • 2^{ème} décodeur TV UHD ou Clé TV Enregistreur TV UHD ou répéteur Wifi ; • service « Maison Connectée » pour gérer les objets connectés compatibles (vendus séparément). <p>Pour les autres abonnés :</p> <ul style="list-style-type: none"> • toutes les offres proposées par Canal+ (voir p21 qui présente les offres Canal).
VàD - TVR	<ul style="list-style-type: none"> • Services et options TV by SFR : les pass VàD illimités, dont des offres Netflix, FilmoTV et Adulte. • Services et options TV by Numericable : les pass VàD, dont FilmoTV, Mezzo et des Pass Adulte.

Sources : DGMIC et CSA à partir des sites des opérateurs.

BOUYGUES TELECOM	LES OFFRES
Offre triple-play (tarif d'entrée accès internet-télévision-téléphone fixe)	<ul style="list-style-type: none"> • Bbox Must avec la fibre à 34,99 €/mois : 191 chaînes incluses et 31 services de TVR ; • Bbox Ulym avec la fibre à 41,99 €/mois : 191 chaînes incluses et 31 services de TVR + bonus au choix (dont « Canal+ Séries », incluant les créations originales Canal+, Showtime, FX, et Fox Play) ; • ADSL ou fibre en fonction de l'éligibilité de la ligne.
Service de TV (IPTV)	Compris dans le triple-play sans majoration (location de la box à 3 €/mois inclus dans le tarif).
Nombre de chaînes	Plus de 191 chaînes dont 54 chaînes en HD en ADSL/VDSL, ou 55 chaînes en HD avec la fibre jusqu'au domicile et 32 en replay, 2 chaînes TV 4K et Netflix disponible en 4K uniquement pour les abonnés, Festival 4K et Ultra Nature (uniquement avec la fibre).
Bouquets	<ul style="list-style-type: none"> • Bouquet « Grand angle » à 13,90 €/mois avec les chaînes AB1, Crime District, Trace Sports, TCM Cinéma, Paramount Channel, Paramount Channel Décalé, Sundance Channel, Eurochannel, Canal J, Toonami, Boomerang, Boomerang+1, Boing, Tiji, Baby TV, Trek, Animaux, Science & Vie TV, Toute l'histoire, Chasse & Pêche, Mangas, Gong Max, M6 Music, MCM Top, RFM TV, concerts, Deluxe Music, Bblack Africa, Cmusic, Bblack Caribbean, Trace Gospel, Trace Tropical, Djazz TV, Mezzo live, Nautical Channel, Motorvision, Fuel TV, OLV, Fight Sports, My Zen TV, Penthouse SD ; • bouquet « Jeunesse » à 7,99 €/mois avec les chaînes Canal J, Toonami, Boomerang, Boomerang+1, Boing, Tiji, BabyTV, TFOU Max ; • bouquet « TV OCS » à 12 €/mois ; • bouquet « TV beIN SPORTS » à 14,99 €/mois (5 € le premier mois) ; • bouquet « Bbox Ciné » à 14,99 €/mois avec les chaînes Action, Ciné+ Emotion (aussi en version HD), Ciné+ Frisson (aussi en version HD), Ciné+ Premier (aussi en version HD), Paramount Channel, Sundance TV, TCM Cinéma HD ; • bouquet « Bbox Grand Ciné » à 16,90 €/mois avec les chaînes Action, Ciné FX, Ciné+ Classic, Ciné+ Club, Ciné+ Emotion (aussi en version HD), Ciné+ Famiz, Ciné+ Frisson (aussi en version HD), Ciné+ Premier (aussi en version HD), Dorcel TV, Paramount Channel, Polar, Sundance TV (aussi en version HD), TCM, TCM Cinéma HD, XXL ; • bouquet « TV Canal+ » à 19,99 €/mois (avec engagement) : Canal+ Cinéma, Canal+ Décalé, Canal+ Family, Canal+ Séries, Canal+ Sport, Multisports (offert pendant 3 mois puis 10 €/mois) ; • 8 bouquets adultes allant de 7,90 €/mois à 14,90 €/mois ; • 13 bouquets internationaux à partir de 4,99 €/mois ; • 17 chaînes à l'unité à partir de 1 €/mois.
VàD - TVR	Boutique unique sous la marque de Bbox VOD avec un catalogue de plus de 5 000 vidéos. Autres services de VàD par abonnement disponibles : OCS, Netflix, TFOU Max, FilmoTV, MyTF1.
Autres services	TV sur tablette, smartphone et ordinateur avec l'application B.tv ; enregistreur numérique TV 128 Go sur demande et contrôle du direct ; applications et jeux sur la TV ; Google Cast™ ; assistant Google ; chaînes favorites ; multi-tv.

Sources : DGMIC et CSA à partir des sites des opérateurs.

LA POSTE MOBILE ⁽⁶⁾	LES OFFRES
Offre triple-play (tarif d'entrée accès internet-télévision-téléphone fixe)	<ul style="list-style-type: none"> • La Box haut débit ADSL à 19,99 €/mois pendant 12 mois puis 34,99 €/mois Box incluse ; • la Box très haut débit Fibre à 22,99 €/mois pendant 12 mois puis 37,99 €/mois Box incluse.
Service de TV (IPTV)	Compris dans le triple-play sans majoration.
Nombre de chaînes	<ul style="list-style-type: none"> • Spécificités de la BOX ADSL TV PLUS : un accès à 200 chaînes au plus grâce aux bouquets TV Starter (inclus dans le prix de l'offre BOX ADSL TV PLUS) ou Power par SFR (+4 €/mois) ; • spécificités de la BOX THD TV : un accès à 240 chaînes au plus grâce aux bouquets Starter (inclus dans le prix de l'offre BOX THD TV PLUS) ou Power by Numericable (+4 €/mois). Dans les deux cas : 4K pour les chaînes compatibles, 50 chaînes HD et 20 chaînes en Replay.
Bouquets	En options : <ul style="list-style-type: none"> • Bouquet Power TV à 13 €/mois (40 chaînes supplémentaires) ; • SFR Ciné Séries à 10 €/mois ; • RMC Sport à 25 €/mois. Autres options dans le cadre soit d'une offre TV by SFR (Clients BOX ADSL TV PLUS), soit d'une offre TV by Numericable (Clients BOX THD TV PLUS) : <ul style="list-style-type: none"> • Pass thématiques (cinéma, jeunesse, RMC Sport, etc.) de 4 € à 34 €/mois ; • Options à la carte (dont Alice Studio, beIN SPORTS, Melody, etc) de 1,50 € à 14,99 €/mois ; • Options Monde : 35 bouquets en langue étrangère de 1 € à 19,90 €/mois ; • Options adultes de 9,50 € à 23,99 €/mois.
VàD - TVR	<ul style="list-style-type: none"> • Pass VàD illimités de 3,99 €/mois à 9,99 €/mois ; • 36 000 programmes accessibles en VàD ; • Pass VàD adulte de 17,99 €/mois à 24,99 €/mois.
Autres services	Enregistreur numérique. Appli MyPartner TV pour accéder aux chaînes TV depuis un smartphone ou une tablette.

Sources : DGMIC et CSA à partir des sites des opérateurs.

SFR - NUMERICABLE	LES OFFRES
Offre triple-play (tarif d'entrée accès internet-télévision-téléphone fixe)	<ul style="list-style-type: none"> • Starter Fibre à 38 €/mois ; • Power Fibre à 45 €/mois ; • Premium Fibre à 53 €/mois.
Service de TV (IPTV)	Compris dans le triple-play sans majoration (location de la box incluse).
Nombre de chaînes	<ul style="list-style-type: none"> • Starter Fibre : 160 chaînes ; • Power Fibre : 200 chaînes ; • Premium Fibre : 200 chaînes.
Bouquets	Services et options TV by SFR : <ul style="list-style-type: none"> • SFR Ciné Séries à 10 €/mois (Alice Studio, Sundance TV, Paramount Channel, TCM, Action, SFR Play (VàD/VàDA)) ; • RMC Sport à 9 €/mois (soit RMC Sport 1, 2, 3, 4 et RMC Sport News) ; • offre « Plus Sport » à 19 €/mois (SFR Sport + beIN SPORTS), disponible également sur mobile ; • offre « Plus jeunesse » à 5 €/mois (13 chaînes jeunesse) ; • offre « TV Divertissement et découverte » à 10 €/mois (17 chaînes jeunesse, documentaire, films et séries) ; • de nombreux autres bouquets et chaînes thématiques et étrangères ; • 4 « Pass » : Pass Sport à 6 €/mois ; Pass Découverte à 10 €/mois ; Pass Kids à 5 €/mois ; Pass Cinéma à 13,99 €/mois ; • beIN SPORTS à 15 €/mois et OCS à 12,99 €/mois ; • plus de 20 bouquets organisés autour de chaînes étrangères ; • 12 bouquets et chaînes adulte. Services et options TV by Numericable : <ul style="list-style-type: none"> • de nombreux bouquets et chaînes thématiques et étrangères ; • 8 « Pass » : Pass Emotion à 10,99 €/mois ; Pass Sport Premium à 12,99 €/mois ; Pass Jeunesse Premium à 12,99 €/mois ; Pass Découverte Premium à 12,99 €/mois ; Pass Cinéma Premium à 12,99 €/mois (SFR Ciné Séries + les chaînes Ciné+) ; Pass Cinéma Premium X-Perience à 16,99 €/mois ; Pass Sport Premium X-Perience à 16,99 €/mois ; Pass Emotion Premium X-Perience à 16,99 €/mois ; • plus de 20 bouquets organisés autour de chaînes étrangères ; • bouquets musique : « Pack Mezzo » à 3,50 €/mois et Melody à 5,50 €/mois.
Offres complémentaires	• Offres avec les chaînes Canal+ (voir p21).
VàD - TVR	<ul style="list-style-type: none"> • TVR : TV à la demande. Services et options TV by SFR : <ul style="list-style-type: none"> • Les pass VàD illimités, dont des offres Netflix, FilmoTV et Adulte. Services et options TV by Numericable : <ul style="list-style-type: none"> • Les pass VàD, dont FilmoTV, Mezzo et des Pass Adulte.

Sources : DGMIC et CSA à partir des sites des opérateurs.

⁽⁶⁾ Cette offre est opérée par SFR.

RED (LOW COST DE SFR)	LES OFFRES
Offre triple-play (tarif d'entrée accès internet-télévision-téléphone fixe)	<ul style="list-style-type: none"> • Internet ADSL haut débit à 16 €/mois ; • internet Fibre très haut débit à 23 €/mois.
Service de TV (IPTV) et nombre de chaînes	<ul style="list-style-type: none"> • Décodeur TV et 35 chaînes à 2 €/mois ; • décodeur TV et 100 chaînes à 4 €/mois.
Bouquets	Accès à la carte à Netflix (7,99 €/mois), RMC Sport (19 €/mois), « Diversissement & Découverte » (10 €/mois).

Sources : DGMIC et CSA à partir des sites des opérateurs.

VIDÉO FUTUR	LES OFFRES
Offre triple-play (tarif d'entrée accès internet-télévision-téléphone fixe)	<ul style="list-style-type: none"> • Box VIDEOFUTUR UHD 4K : 39,90 €/mois ; • offre Fibre jusqu'à 1Gb/s.
Service de TV (IPTV)	Chaînes de télévision, services de Replay, VàDA illimité et VàD.
Nombre de chaînes	Plus de 100 chaînes, dont chaînes premium, thématiques, locales et internationales.
Bouquets	<ul style="list-style-type: none"> • beIN SPORTS avec 10 chaînes et canaux événementiels HD (15 €/mois sans engagement) ; • OCS avec 4 chaînes HD et le replay (12 €/mois sans engagement).
Offre complémentaire	• Portail d'applications TV (Youtube, RadioLine, Prime...).
VàD - TVR	<ul style="list-style-type: none"> • Service de VàDA illimité inclus dans l'offre : 4 000 films et séries jeunesse ; • 5 000 programmes en VàD à la carte (location ou achat à partir de 1 €) ; • 11 services de Replay.

Sources : DGMIC et CSA à partir des sites des opérateurs.

4. LES OFFRES DISPONIBLES VIA L'INTERNET OUVERT (OTT ⁽⁷⁾: over-the-top)

Les services de télévision en OTT donnent accès aux chaînes de télévision via l'internet ouvert, c'est-à-dire via la connexion internet fournie par un opérateur, grâce à une application ou au navigateur. L'offre est variée et s'enrichit constamment, certaines de ces applications proposant même des services de replay ou de VàD.

EXEMPLES DÉTAILLÉS D'OFFRES EN OTT

BIS TV ONLINE	<ul style="list-style-type: none"> • Offre Panorama avec 14 chaînes thématiques à 4,90 €/mois, offre Night à 4,90 €/mois, offre Cinérama à 4,90 €/mois, ou à la carte à partir de 3 €/mois (Golf Channel à 6,90 €/mois).
BOX VIDEOFUTUR	<ul style="list-style-type: none"> • « Mini-Box » consacrée aux services audiovisuels à 10 €/mois sans engagement avec VàD illimitée (1 000 films et séries animées) ; chaînes TV de la TNT et Disney Channel, Paramount Channel, Game One, Equidia Live, Virgin Radio, BET, BBC World News ; replay et multi-écran ; • à la carte : des nouveautés VàD et séries TV en VàD (location et achat digital entre 0,99 € et 16,99 €).
MOLOTOV	<ul style="list-style-type: none"> • Offre MOLOTOV gratuite : 36 chaînes en direct dont les 24 chaînes de la TNT ; contrôle du direct et replay ; • offre MOLOTOV PLUS : cette offre permet d'enregistrer les émissions, partout en Europe ; HD sur 4 écrans simultanés pour 3,99 €/mois, annulable à tout moment ; • offre MOLOTOV EXTENDED : mêmes options que MOLOTOV PLUS, plus 40 chaînes thématiques à 9,99 €/mois, annulable à tout moment ; • plusieurs bouquets, parmi lesquels : <ul style="list-style-type: none"> - 2 chaînes « Adult Swim » et « Toonami » pour 2,99 €/mois ; - OCS pour 11,99 €/mois ; - Ciné+ (Frison, Emotion, Famiz, Club et Classic) pour 9,99 €/mois ; - Gamer Zone (Game One et ES1) pour 1,99 €/mois ; - NFL Game Pass pour 8,99 €/mois ; - Africain Basic (11 chaînes) pour 4,99 €/mois ; - Mahgreb Basic (13 chaînes) pour 4,99 €/mois.
MYCANAL	Bouquet TV OTT du groupe Canal+ via une application qui offre aux abonnés un prolongement des services en OTT. Canal+ cesse la distribution de sa propre box pour les abonnés OTT au profit de l'Apple TV qui intègre l'application myCANAL. Abonnement sans engagement à 19,90 €/mois (tarif réduit pour les moins de 26 ans : 9,95 €/mois), et cela dans le cadre des offres Canal+ décrites p21.
WATCH-IT!	On TV (11 chaînes thématiques à 9,90 €/mois dont AB1, Euronews, Game One, Toute l'Histoire, Trace Urban, Paramount Channel...), Fight Club (5 chaînes), Speed & Race (4 chaînes dont AutoMoto et motors.tv), XTREME Sports (9 chaînes dont Trek), Happy Life (plus de 20 chaînes ciné, jeunesse et découverte), Concert Hall (6 chaînes musique), Tapas TV (51 chaînes, Live et VàD), Species (service de VàDA sur les espèces animales), Humanity (service de VàDA sur les défis du monde en transition), Okidoki (dessins animés à la demande), l'Atelier des chefs (service de VàD), Coach Club (service de VàD). Offres de 4,99 €/mois à 19,99 €/mois. Bouquet onTV à 2,99 €/semaine.

Sources : DGMIC et CSA à partir des sites des opérateurs.

⁽⁷⁾ Le terme d'autodistribution OTT traduit la possibilité pour un service de se rendre disponible à ses utilisateurs de manière directe sur internet, sans passer par un tiers.

EXEMPLES DE SERVICES AUDIOVISUELS DISPONIBLES EN SERVICES GÉRÉS, EN OTT EN FRANCE AU 31/08/2019

DIFFUSION	EDITEURS DU SERVICE	AUTODISTRIBUTION OTT	DISTRIBUTION OTT VIA UN TIERS
Services gérés et OTT	Groupe M6 Groupe M6 France Télévisions Groupe TF1 NextRadioTV NextRadioTV NextRadioTV LCP Arte NRJ Group Groupe Amaury Groupe Canal Plus BeIN Média Discovery SFR/Altice Orange Netflix Disney	6play gulli.fr France.TV MyTF1, TFOU Max bfmtv.com rmcdecouverte.bfmtv.com numero23.fr LCP.fr Arte.tv nrj-play.fr lequipe.fr/lachainequipe/ myCANAL, Canal+ Séries BeIN Connect Eurosport Player RMC Sport OCS Netflix Disney+	Molotov La TV d'Orange B.tv SFR TV myCANAL (selon partenariats) YouTube Facebook (hébergeurs) Distributeurs (selon partenariats)
Services gérés et/ou OTT	Filmoline NBA Liberty Media	FilmoTV NBA League Pass F1 TV	Distributeurs (selon partenariats)
Services OTT uniquement (liste non exhaustive)	Amazon La Cinémathèque des Réalisateurs Alchimie Crunchyroll VIZ Média Europe Spicee YouTube INA Mubi Tènk FFF	Amazon Prime Video La Cinétek Okidoki Crunchyroll ADN Spicee YouTube Premium INA Premium Mubi Tènk National.fff	

Source : CSA / Etude sur la qualité de service des contenus accessibles en OTT (mars 2019).

L'AUDIENCE DES CHAÎNES

REMARQUES MÉTHODOLOGIQUES

La mesure de référence de l'audience des chaînes de télévision est fournie en France par Médiamétrie. Ses deux enquêtes principales sont le Médiamat, qui porte sur l'ensemble des individus de 4 ans et plus équipés de téléviseurs et le MédiamatThématic, qui donne des résultats sur la population des individus de plus de 4 ans recevant une offre de télévision par le câble, le satellite ou xDSL.

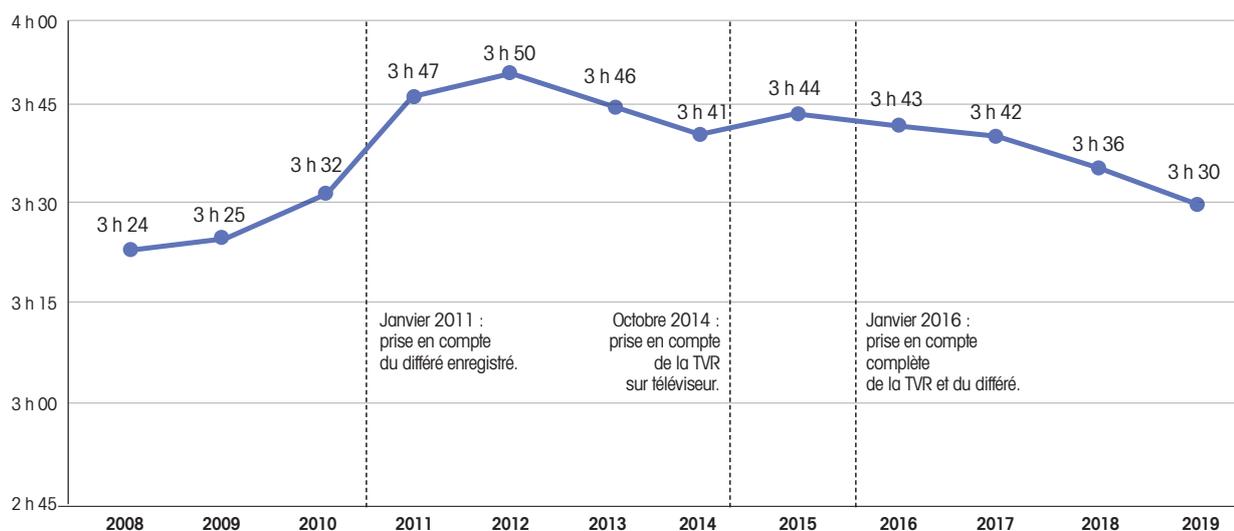
Les chaînes recensées dans le MédiamatThématic ne sont pas toutes conventionnées par le CSA (certaines chaînes européennes non conventionnées y souscrivent) et, à l'inverse, certaines chaînes conventionnées ne souscrivent pas à cette étude.

1. L'AUDIENCE DE LA TÉLÉVISION

Après avoir fortement augmenté de 1996 à 2012, la durée d'écoute individuelle (DEI) est, depuis 2012, en tendance orientée à la baisse, malgré l'élargissement de la mesure au différé et à la télévision de rattrapage.

En 2019, la DEI de la télévision a fortement baissé par rapport à 2018 : les Français ont passé en moyenne 3 heures et 30 minutes par jour à l'écoute de la télévision, soit une baisse de 6 minutes. Cette baisse est de même ampleur que l'année précédente et se fixe au niveau de 2010.

DURÉE D'ÉCOUTE INDIVIDUELLE DE LA TÉLÉVISION PAR INDIVIDU DE 2008 À 2019



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

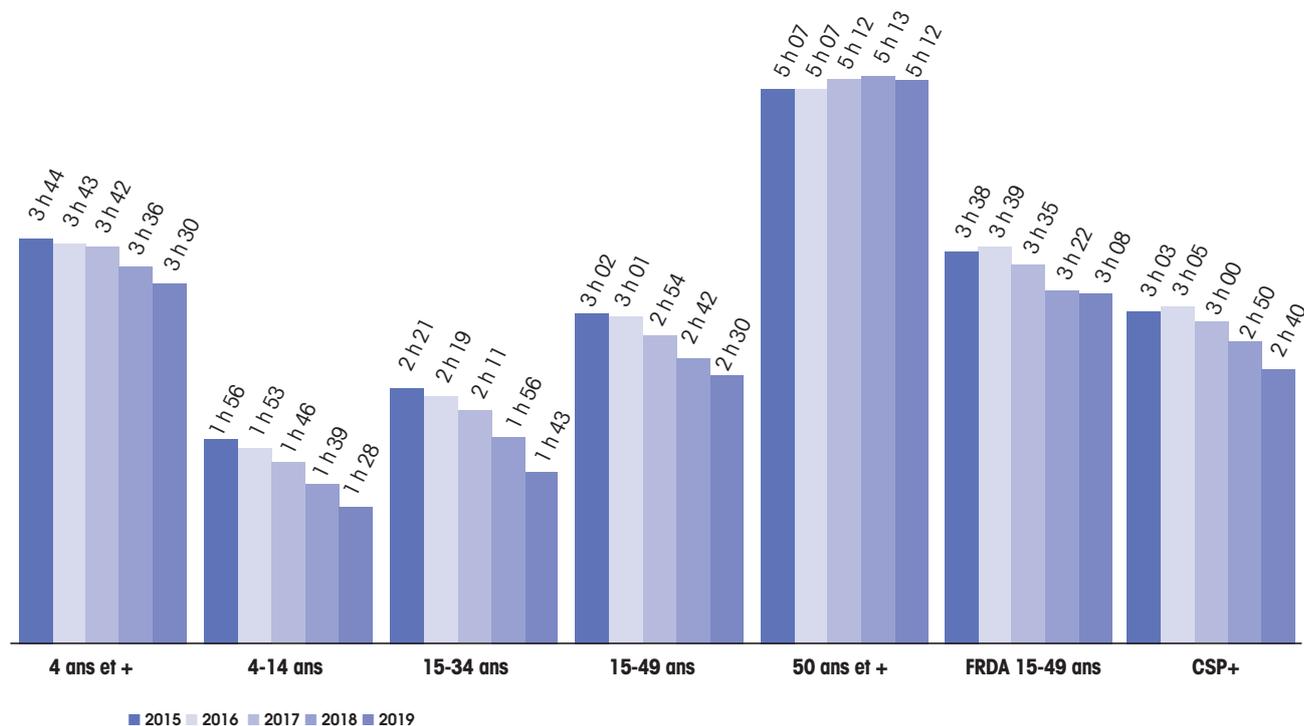
La DEI de la télévision varie de façon importante, en tendance et en niveau, selon le sexe, l'âge et la catégorie socio-professionnelle des individus.

Elle augmente avec l'âge et passe de 1h28 en 2019 pour les 4-14 ans à plus de 5 heures pour les 50 ans et plus avec une moyenne à 3h30 pour l'ensemble de la population (4 ans et plus). Les femmes responsables des achats (FRDA) de 15 à 49 ans ⁽¹⁾ se situent à un niveau proche de celui des 4 ans et plus (3h08 en 2019) alors que les individus CSP+ sont à un niveau inférieur (2h40 en 2019).

Les catégories sociodémographiques les plus jeunes sont les plus affectées par une tendance baissière notamment les 15-34 ans (-13 minutes par rapport à 2018). L'ensemble des 15 à 49 ans et les individus CSP+ voient également leur DEI baisser fortement en une année (-12 minutes et -10 minutes, respectivement). Chez les 50 ans et plus, la DEI a également diminué mais la baisse est plus modérée. Il s'agit cependant de la première décroissance pour cette catégorie depuis le début de sa mesure (2008).

⁽¹⁾ Catégorie de population considérée par Médiamétrie et les éditeurs comme une cible commerciale publicitaire.

ÉVOLUTION DE LA DURÉE D'ÉCOUTE INDIVIDUELLE QUOTIDIENNE DE LA TÉLÉVISION PAR CIBLE DE 2015 À 2019



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

2. L'AUDIENCE DES CHAÎNES GRATUITES

REMARQUE MÉTHODOLOGIQUE

Cette partie s'appuie sur les résultats de l'enquête Médiamat de Médiamétrie. Fin janvier 2020, le panel Médiamat était composé de 11 564 individus âgés de 4 ans et plus vivant dans 5 000 foyers. Ce panel est construit pour être représentatif des individus de 4 ans et plus résidant en France métropolitaine et possédant au moins un téléviseur dans leur résidence principale.

UNE BAISSÉ SUR LE LONG TERME DE L'AUDIÉCE DES CHAÎNES HERTZIENNES « HISTORIQUES »

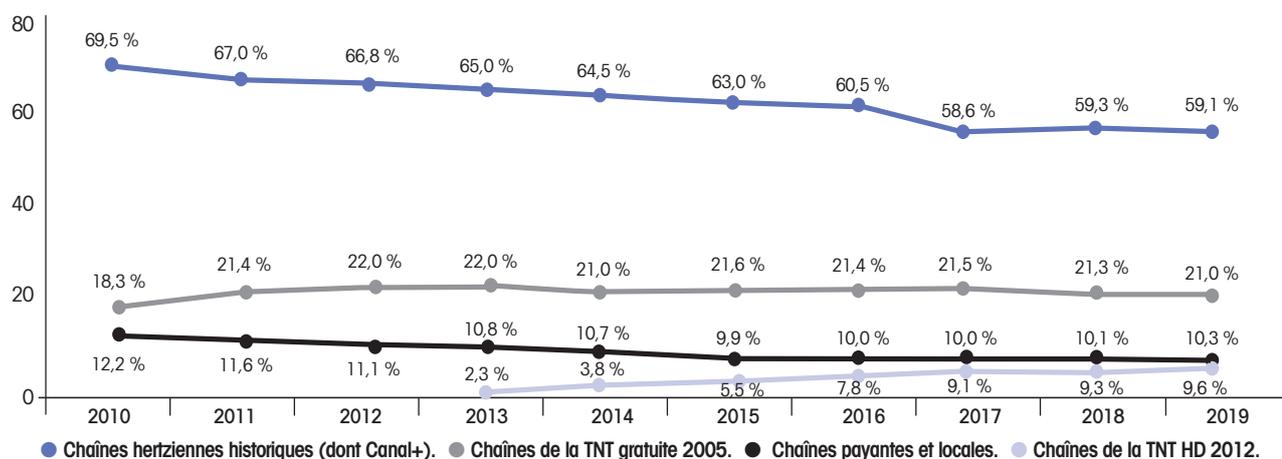
Alors que les chaînes hertziennes dites « historiques » (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6 et Arte) avaient déjà connu une première période d'érosion de leurs audiences due au développement de la télévision payante, le déploiement de nouvelles chaînes sur la TNT gratuite à partir de 2005 a renforcé cette tendance.

Ainsi, la part d'audience (Pda) agrégée des services historiques passe de 69,5 % en 2010 à 59,1 % en 2019 soit une baisse de 10,4 points. L'audience des chaînes payantes et locales est également en recul, passant d'une Pda de 12,2 % en 2010 à une Pda de 10,3 % en 2019 (soit une baisse de 1,9 point).

Sur la période, les chaînes de la TNT 2005 semblent avoir atteint un palier en 2012 avec un niveau de part d'audience de 22 %. Elles se sont stabilisées depuis autour d'une Pda de 21 %.

Les chaînes de la TNT 2012 connaissent sur la période une forte augmentation de leur part d'audience, passant de 2,3 % en 2013 à 9,6 % en 2019.

ÉVOLUTION DE LA PART D'AUDIENCE DES AGRÉGATS DE CHÂÎNES DE 2010 À 2019



Source : Médiamétrie, Médiamat. Ensemble des individus de 4 ans et plus équipés de téléviseurs, France métropolitaine.
 Chaînes hertziennes historiques : TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte.
 Chaînes de la TNT 2005 : C8, W9, TMC, TFX, NRJ12, LCP, France 4, BFM TV, CNews, CStar, Gulli, France Ô.
 Chaînes TNT 2012 : TF1 Séries Films, La Chaîne L'Équipe, 6ter, RMC Story, RMC Découverte, Chérie 25.

À l'exception de France 5 et Arte, les services historiques voient leur Pda baisser sur la période 2010-2019.

De 2010 à 2019, TF1 a perdu 5 points. Après avoir enrayé sa chute de 2013 à 2014, la première chaîne gratuite enregistre une nouvelle baisse de 2014 à 2017 pour atteindre 20 % de Pda. Depuis, TF1 a connu une faible hausse avant de rechuter et se situe à 19,5 %.

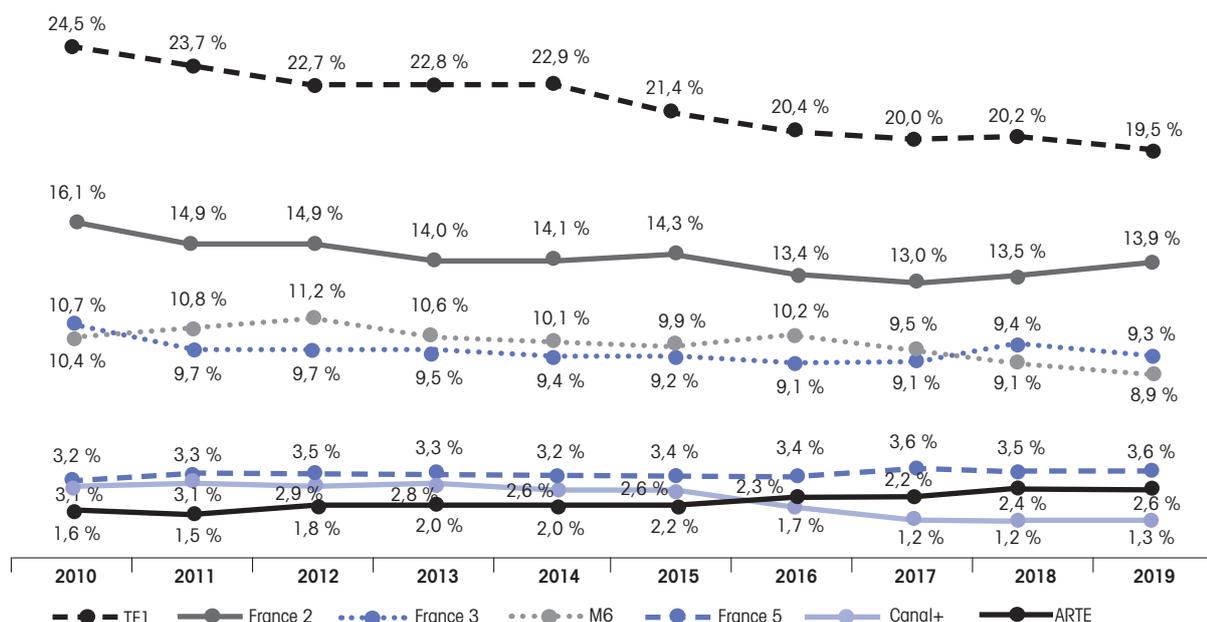
France 2 suit une tendance similaire à celle de TF1 et passe de 16,1 % à 13,9 % de Pda entre 2010 et 2019, soit une baisse de 2,2 points, avec également une stabilité en 2019 (+0,4 point). France 3 enregistre une diminution particulièrement importante de sa part d'audience de 2010 à 2017 (-1,6 point). Sur l'année 2018, la chaîne a été en hausse avec +0,3 point avant de régresser de nouveau en 2019 (-0,1 point).

Si M6 n'échappe pas au phénomène avec une baisse sur l'ensemble de la période (-1,5 point), sa part d'audience enregistre toutefois des rebonds en 2011, 2012 et 2016. Depuis 2016, la chaîne est cependant dans une phase de décroissance (-1,3 point).

Canal+ passe de 3,1 % à 1,3 % de part d'audience sur la période. Cette baisse est particulièrement significative depuis quatre ans (-1,3 point entre 2015 et 2019).

A contrario, France 5 et Arte suivent des tendances d'audience en légère progression sur la période étudiée (respectivement +0,4 point et +1 point entre 2010 et 2019). Les deux chaînes se stabilisent sur l'année 2019 (+0,1 point pour France 5 et +0,2 point pour Arte).

ÉVOLUTION DE LA PART D'AUDIENCE DES CHÂÎNES HISTORIQUES DE 2010 À 2019



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

UNE RECOMPOSITION DES AUDIENCES DES CHÂÎNES DE LA TNT DEPUIS LE LANCEMENT DE SIX NOUVELLES CHÂÎNES EN 2012

Si, de 2005 à 2012, l'audience des chaînes de la TNT de 2005 ne cesse d'augmenter, le lancement des chaînes de la TNT HD en 2012 met fin à cette tendance.

En 2012, un duo de chaînes, TMC et W9, s'était hissé à la tête de l'ensemble, suivi ensuite par un groupe de six chaînes dont les parts d'audience annuelles s'établissaient autour de 2 % : C8 (ex D8), NRJ12, TFX (ex-NT1), BFMTV, France 4 et Gulli. La fin du classement était occupée par CStar (ex-D17) et CNews (ex i>télé).

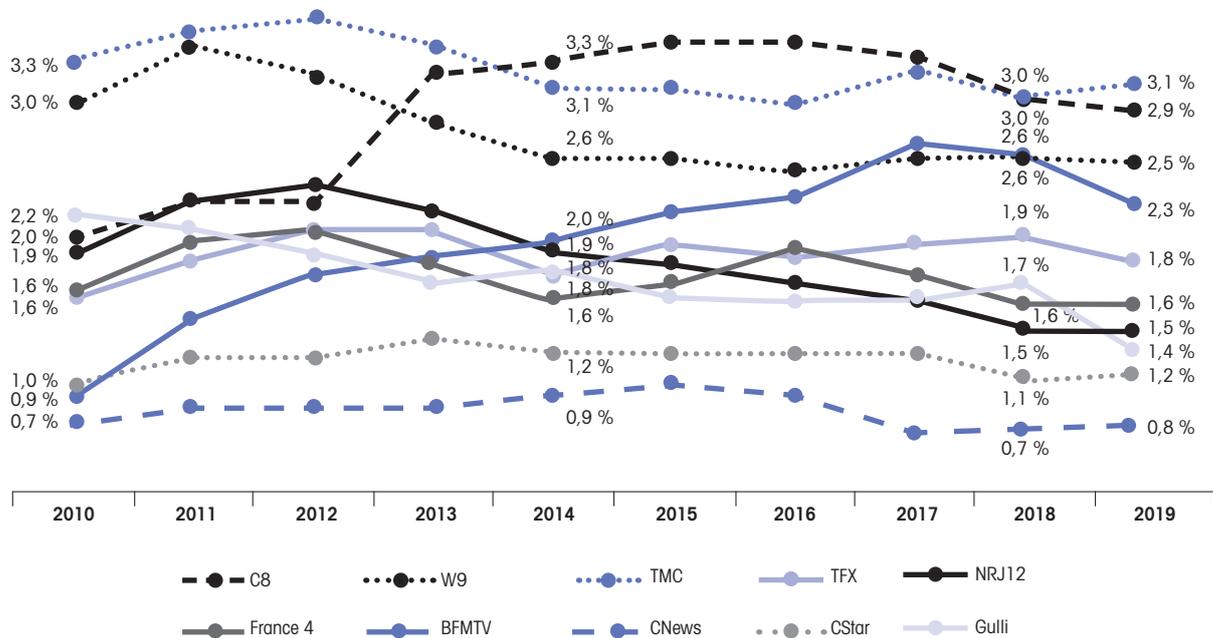
Le lancement de six nouvelles chaînes en décembre 2012 et l'évolution des grilles de programmes de certaines des chaînes lancées en 2005 ont fait évoluer les équilibres au sein des chaînes dites de la TNT.

En 2018, l'univers « TNT » est dominé par C8 et TMC, à 3 % de Pda tandis que W9 connaît un décrochage par rapport à 2012, avec une part d'audience de 2,6 %. BFMTV a poursuivi sur une forte croissance passant de 1,8 à 2,6 % et se place à égalité avec W9. Si NRJ12 accuse une forte baisse (-0,9 pt) par rapport à 2012, les autres chaînes (i.e. TFX et Gulli) enregistrent une légère décroissance de leur part d'audience (0,2 point de baisse). Pour France 4, la baisse est plus nette, la chaîne perdant 0,5 pt. CStar et CNews ferment toujours la marche des chaînes de la TNT 2005. CStar baisse faiblement à 1,1 % de part d'audience et CNews augmente de 0,1 point, à 0,7 %.

Concernant les chaînes de la TNT HD lancées en 2012, elles sont, pour la majorité, en croissance depuis leur création. Plusieurs d'entre elles ont pu rattraper le peloton des chaînes de la TNT de 2005. En particulier, RMC Découverte, TF1 Séries Films (ex-HD1) et 6ter atteignent respectivement 2,2 %, 1,8 % et 1,6 % de Pda en 2018. Ces deux dernières chaînes sont néanmoins les seules de 2018 à avoir enregistré des pertes en 2018 (-0,1 point). RMC Story (ex-Numéro 23) a progressé significativement (+0,2 point). Chérie 25 et La Chaîne L'Equipe dépassent 1 % de Pda.

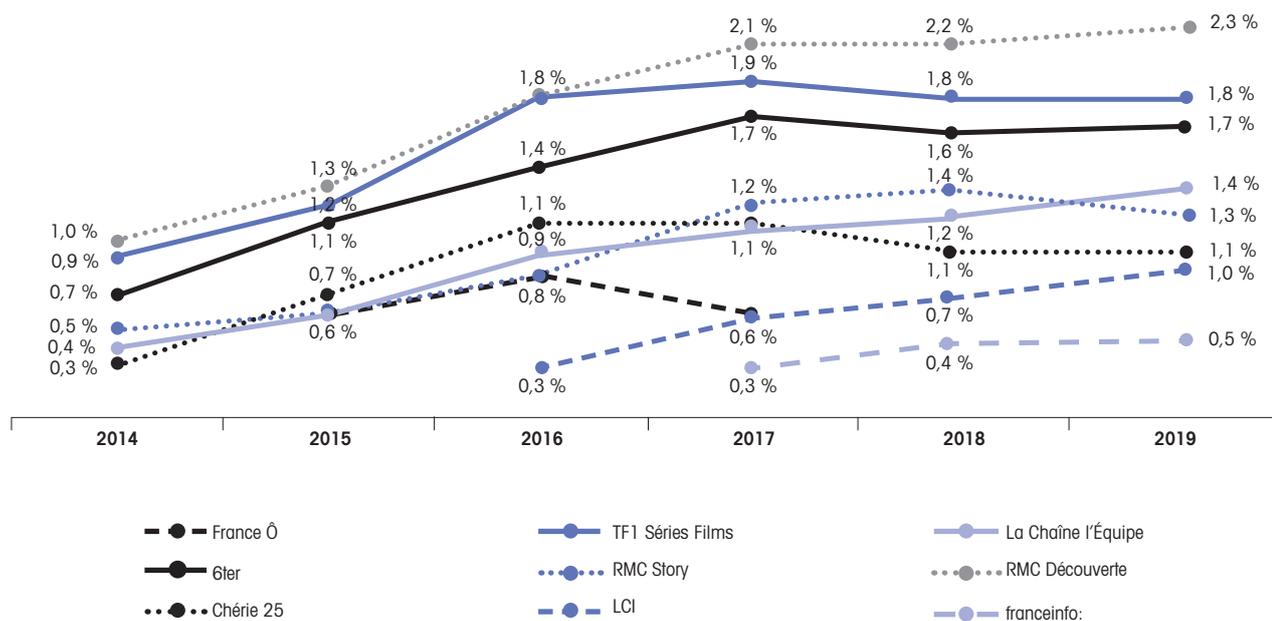
LCl, dont le passage en TNT gratuite s'est opéré en avril 2016, atteint elle aussi 0,7 % de Pda et franceinfo., mesurée depuis octobre 2017, enregistre 0,4 % de Pda sur cette fin d'année. Enfin, France Ô, mesurée depuis 2014, ne l'est actuellement plus ; ses derniers chiffres d'audience datent de 2017.

ÉVOLUTION DES PARTS D'AUDIENCE DES CHÂÎNES GRATUITES DE LA TNT 2005, DE 2010 À 2019



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

ÉVOLUTION DES PARTS D'AUDIENCE DES CHÂÎNES GRATUITES DE LA TNT 2012, DE 2014 À 2019



Source : Médiamétrie, Médiamat. Ensemble des individus de 4 ans et plus équipés de téléviseurs, France métropolitaine.
 Note : les audiences de France Ô ne sont plus mesurées depuis février 2018 dans le cadre du Médiamat national.

3. L'AUDIENCE DES CHAÎNES PAYANTES

REMARQUES MÉTHODOLOGIQUES

Cette partie s'appuie sur les résultats de l'enquête Médiamat'Thématik de Médiamétrie. Cette étude porte sur la population des abonnés à une offre élargie de chaînes et permet de mesurer l'audience individuelle des chaînes thématiques. A la différence du Médiamat, ses résultats ne sont publiés que deux fois par an, à l'issue de 24 semaines de recueil des données. La dernière vague de l'enquête, portant sur la période du 31 décembre 2018 au 16 juin 2019 a été réalisée sur un échantillon de référence de 9 390 personnes âgées de 4 ans et plus composant 3 894 foyers.

La population étudiée dans le Médiamat'Thématik, appelée « Ensemble Univers » inclut toute la réception par câble (dont le service antenne), toute la réception par satellite (avec ou sans abonnement), toute la réception TV par xDSL (avec ou sans option ou bouquet payant de chaînes) et toute la réception par fibre optique. Cet ensemble constitue 79 % de la population équipée TV résidant en France.

Au sein de cet univers, Médiamétrie isolait auparavant une population dite « Univers payant abonnés CanalSat ou câble » qui correspondait à l'ancienne population étudiée par le MédiaCabSat. Les offres TV par câble ne peuvent aujourd'hui plus être distinguées des offres TV ADSL ou fibre optique. En conséquence, l'univers payant n'est plus restitué ⁽²⁾ depuis la vague du second semestre de 2017.

A l'instar du Médiamat, l'enquête Médiamat'Thématik intègre, depuis janvier 2011, dans les audiences des programmes les visionnages en différé effectués par enregistrement personnel ou contrôle du direct. Depuis fin 2014, l'audience des services de rattrapage disponibles sur téléviseur est également mesurée pour certaines chaînes thématiques.

Depuis 2016, les parts d'audience ont été les suivantes :



Source : Médiamétrie, Médiamat'Thématik. Note : Canal+ est isolée du reste des chaînes payantes du fait de son ancienneté et de sa part d'audience relativement à la plupart des autres chaînes payantes.

Dans ce chapitre, les résultats d'audience des chaînes payantes sont présentés par rapport à la population « Ensemble Univers ».

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

LE PROFIL SOCIO-ÉCONOMIQUE DES PERSONNES RECEVANT LA TÉLÉVISION PAR xDSL, CÂBLE, FIBRE OPTIQUE OU SATELLITE

Les personnes recevant la télévision par xDSL, câble, fibre optique ou satellite ont un profil socio-démographique sensiblement différent de celui de l'ensemble des individus équipés de télévision.

Les principales différences observables entre les personnes recevant la télévision par xDSL, câble, fibre optique ou satellite (i.e., ci-après la population « Ensemble Univers ») et les individus « Equipés TV » sont :

- l'âge : la population 50 ans et plus est sous-représentée parmi « l'Ensemble Univers » comparativement aux personnes « Equipées TV » ;
- la catégorie socio professionnelle (CSP) : la part d'inactifs chefs de foyer est sous-représentée au sein de l'« Ensemble Univers » ;
- le nombre d'enfants : la part de personnes vivant dans des foyers sans enfant est sous-représentée dans l'« Ensemble univers », compte tenu d'une population globalement plus jeune.

⁽²⁾ L'audience Univers payant est toujours minorée mais selon une méthodologie différente intégrant des données comportementales avec des règles de communication qui ont changé et qui ne sont disponibles que pour les éditeurs.

PROFILS COMPARÉS DE LA POPULATION « ENSEMBLE UNIVERS » ET DE L'ENSEMBLE DES INDIVIDUS ÉQUIPÉS DE TÉLÉVISEURS EN 2019

	« ENSEMBLE UNIVERS » RÉCEPTION TV PAR xDSL, CÂBLE, FIBRE OPTIQUE OU SATELLITE		ÉQUIPÉS TV	
	En milliers	En %	En milliers	En %
INDIVIDUS 4 ANS ET +	46 098	100,0	58 030	100,0
FOYERS	20 220	-	26 739	-
<i>SEXE</i>				
HOMMES 4 ANS ET +	22 381	48,6 %	27 947	48,2 %
FEMMES 4 ANS ET +	23 717	51,4 %	30 083	51,8 %
FRDA*	17 314	37,6 %	22 433	38,7 %
FRDA* MOINS DE 50 ANS	7 818	17,0 %	9 409	16,2 %
<i>AGE</i>				
4-14 ANS	7 013	15,2 %	8 217	14,2 %
15-24 ANS	5 816	12,6 %	6 900	11,9 %
25-34 ANS	5 477	11,9 %	6 625	11,4 %
35-49 ANS	9 653	20,9 %	11 543	19,9 %
50 ANS ET +	18 139	39,3 %	24 745	42,6 %
<i>CSP DU CHEF DE FOYER</i>				
CSP+	16 734	36,3 %	20 177	34,8 %
CSP-	15 452	33,5 %	18 497	31,9 %
INACTIFS	13 912	30,2 %	19 356	33,4 %
<i>CSP PAR INDIVIDU</i>				
CSP+	10 779	23,4 %	12 601	21,7 %
CSP-	10 721	23,3 %	13 830	23,8 %
INACTIFS	24 599	53,4 %	31 599	54,5 %
<i>TAILLE D'AGGLOMÉRATION</i>				
COMMUNES RURALES	11 121	24,1 %	13 304	22,9 %
AGGLO DE 2 000 À 19 000 HBTS	8 777	19,0 %	10 301	17,8 %
AGGLO DE 20 000 À 99 000 HBTS	6 003	13,0 %	7 828	13,5 %
AGGLO DE +100 000 HBTS (HORS PARIS)	13 016	28,2 %	17 219	29,7 %
AGGLOMÉRATION PARISIENNE	7 181	15,6 %	9 378	16,2 %
<i>NOMBRE D'ENFANTS</i>				
AUCUN ENFANT	27 603	59,9 %	36 355	62,6 %
AU MOINS 1 ENFANT	18 496	40,1 %	21 675	37,4 %

* FRDA : Femmes Responsables Des Achats.
Source : Médiamétrie, Médiamat Thématik Vague 37. Individus de 4 ans et plus.

LES PARTS D'AUDIENCE DES CHÂÎNES ET DES DIFFÉRENTES THÉMATIQUES

La dernière vague du Médiamat Thématik recense l'audience de 102 chaînes thématiques. Quand bien même ce chiffre est important, un nombre non négligeable de chaînes thématiques diffusées en France ne souscrivent pas à l'étude de Médiamétrie et ne sont donc pas comptabilisées.

Les parts d'audience des chaînes sont présentées ici tout d'abord de manière agrégée ⁽³⁾ par thématique puis individuellement ⁽⁴⁾. Par ailleurs, un nombre significatif de chaînes réalise une part d'audience inférieure à 0,1 %. Ces parts d'audience ne sont pas prises en compte dans les graphiques présentant les parts d'audience agrégées, leur niveau n'étant pas disponible précisément. Pour autant, ces chaînes sont prises en compte dans le nombre de chaînes par thématique.

La vague de janvier-juin 2019 montre une légère baisse de la part d'audience des chaînes payantes par rapport à la vague réalisée un an plus tôt : elle passe ainsi de 14,6 % à 14,5 % sur « l'Ensemble Univers ».

La thématique jeunesse regroupant 22 chaînes est redevenue la première thématique en termes d'audience agrégée, après avoir perdu sa position de *leader* en 2018, avec 2,4 % de part d'audience. Elle est devant la thématique généraliste, à 2,3 % pour 11 chaînes. 2,1 points sur les 2,3 % de part d'audience de cette thématique sont concentrés sur quatre chaînes (Paris Première à 0,6 %, RTL9 à 0,5 %, Téva à 0,3 % et TV Breizh à 0,7 %). La thématique cinéma passe à la 3^{ème} place avec une part d'audience de 2,1 % pour 15 chaînes. La thématique sport regroupe 16 chaînes pour 1,7 % de part d'audience.

⁽³⁾ Les parts d'audience agrégées doivent être considérées avec précaution car le nombre de chaînes souscriptrices au Médiamat Thématik varie selon les thématiques.

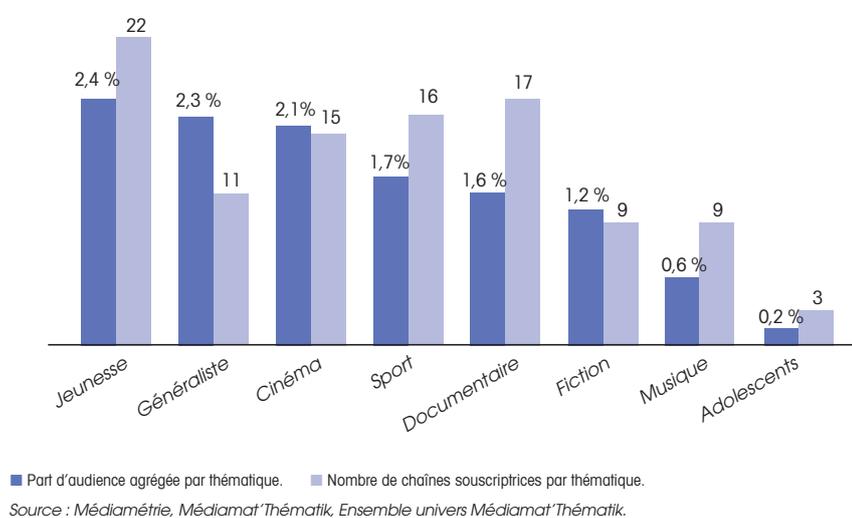
⁽⁴⁾ Les résultats agrégés de la thématique « information » ne sont pas présentés dans la mesure où France 24, qui était l'unique représentante de la thématique, n'est plus mesurée. De même, depuis la vague janvier-juin 2015, les chaînes composant l'agrégat « art de vivre » ne sont plus mesurées ou ne sont plus exploitées. La chaîne météo de la thématique « service » ne souscrit plus à la mesure Médiamat Thématik et donc cette thématique n'est plus présentée.

A la cinquième place, la thématique documentaire réalise 1,6 % de part d'audience. Elle représente la deuxième thématique en termes de nombre de chaînes. La thématique fiction progresse de 1 %, à 1,2 % de part d'audience, et les chaînes musicales enregistrent une part d'audience de 0,6 %. Les chaînes pour adolescents ferment le classement à 0,2 %.

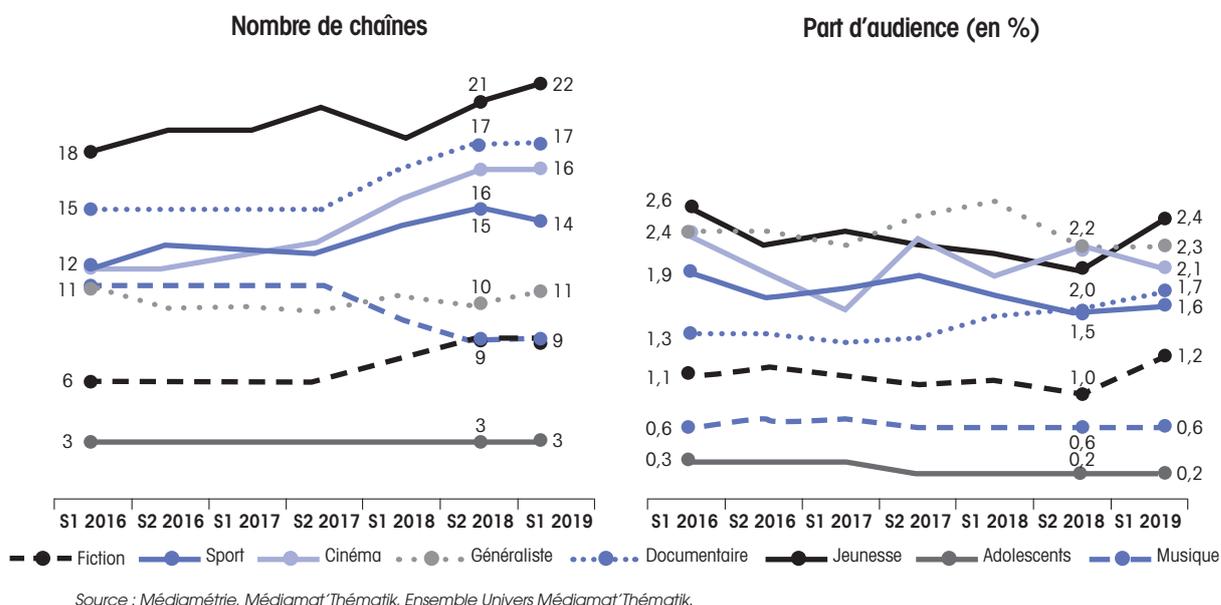
Les thématiques cinéma, fiction et musique enregistrent une légère amélioration de leurs audiences (respectivement +0,2 point, +0,2 point et +0,1 point). En particulier, la plus forte progression se situe du côté de la thématique jeunesse, avec une hausse de 0,4 point. En revanche, la thématique généraliste est en baisse (-0,2 point) alors que la thématique sport enregistre un recul plus léger (-0,1 point). Les thématiques adolescents et documentaire ont gardé un niveau constant.

Les services payants qui réalisent les meilleures parts d'audience en 2017 sont TV Breizh (0,7 %), Paris Première (0,6 %), RTL9 (0,5 %) et Canal+ Sport (0,4 %)

PARTS D'AUDIENCE (%) ET NOMBRE DE CHAÎNES PAYANTES PAR THÉMATIQUE DE JANVIER À JUIN 2019



ÉVOLUTIONS DU NOMBRE DE CHAÎNES ET DES PARTS D'AUDIENCE DES CHAÎNES PAYANTES PAR THÉMATIQUE DU 1^{ER} SEMESTRE 2016 AU 1^{ER} SEMESTRE 2019



PARTS D'AUDIENCE DES CHAÎNES THÉMATIQUES ENTRE JANVIER ET JUIN 2019
(en italique, les chaînes non conventionnées en France)

CHAÎNES ADOLESCENTS	
CHAÎNES	PART D'AUDIENCE EN %
Game One	0,1
Mangas	0,1
Game One +1	<0,1
TOTAL	0,2 %
MOYENNE	0,07 %

CHAÎNES SPORT	
CHAÎNES	PART D'AUDIENCE EN %
Canal+ Sport	0,4
BeIN SPORTS 1	0,3
Eurosport	0,2
Eurosport 2	0,2
AutoMoto La Chaîne	0,1
BeIN SPORTS 2	0,1
BeIN SPORTS 3	0,1
Equidia	0,1
Infosport+	0,1
RMC Sport 1	0,1
Equidia Live	<0,1
RMC Sport 2	<0,1
RMC Sport 3	<0,1
RMC Sport Access 1	<0,1
RMC Sport Access 2	<0,1
RMC Sport News	<0,1
TOTAL	1,7 %
MOYENNE	0,11 %

CHAÎNES JEUNESSE	
CHAÎNES	PART D'AUDIENCE EN %
Disney Channel	0,3
Nickelodéon Junior	0,3
Boomerang	0,2
Disney Channel +1	0,2
Disney Junior	0,2
Cartoon Network	0,2
Tiji	0,1
Canal J	0,1
Nickelodéon Teen	0,1
Nickelodéon +1	0,1
Piwi+	0,1
Boomerang +1	0,1
Boing	0,1
Discovery Family	0,1
Nickelodéon	0,1
Toonami	0,1
TéléToon+	<0,1
Gong	<0,1
Disney XD	<0,1
J-One	<0,1
TéléToon +1	<0,1
TV Pitchoun	<0,1
TOTAL	2,4 %
MOYENNE	0,11 %

CHAÎNES GÉNÉRALISTES	
CHAÎNES	PART D'AUDIENCE EN %
TV Breizh	0,7
Paris Première	0,6
RTL9	0,5
Téva	0,3
TV5 Monde	0,1
My Cuisine	0,1
Bet	<0,1
Elle Girl	<0,1
Non Stop People	<0,1
E!	<0,1
Myzen TV	<0,1
TOTAL	2,3 %
MOYENNE	0,21 %

CHAÎNES CINÉMA	
CHAÎNES	PART D'AUDIENCE EN %
Ciné+ Premier	0,3
Polar+	0,3
Canal+ Cinéma	0,2
Canal+ Family	0,2
Ciné+ Frisson	0,2
Ciné+ Famiz	0,2
Canal+ Décaté	0,1
TCM Cinéma	0,1
Paramount Channel	0,1
Ciné+ Classic	0,1
Ciné+ Club	0,1
Ciné+ Emotion	0,1
Disney Cinéma	0,1
Paramount Channel Décaté	<0,1
Sundance TV	<0,1
TOTAL	2,1 %
MOYENNE	0,14 %

CHAÎNES DOCUMENTAIRES	
CHAÎNES	PART D'AUDIENCE EN %
Planète+ CI	0,2
National Geographic	0,2
Discovery Investigation	0,2
Discovery Channel	0,1
Nat Geo Wild	0,1
Science & Vie TV	0,1
Histoire	0,1
Planète+	0,1
Planète+ A&E	0,1
Ushuaïa TV	0,1
Voyage	0,1
Toute l'histoire	0,1
Discovery Science	0,1
Animaux	<0,1
Chasse et Pêche	<0,1
MB Live TV	<0,1
Museum Channel	<0,1
TOTAL	1,6 %
MOYENNE	0,09 %

CHAÎNES FICTION	
CHAÎNES	PART D'AUDIENCE EN %
AB 1	0,3
Warner TV	0,2
13 ^{ème} Rue	0,2
Série Club	0,2
Comédie+	0,1
SyFy	0,1
Canal+ Séries	0,1
Comedy Central	<0,1
Novelas TV	<0,1
TOTAL	1,2 %
MOYENNE	0,13 %

CHAÎNES MUSICALES	
CHAÎNES	PART D'AUDIENCE EN %
NRJ Hits	0,2
M6 Music	0,1
MTV	0,1
RFM TV	0,1
MCM	0,1
MCM Top	<0,1
Trace Urban	<0,1
MTV Hits	<0,1
Virgin Radio TV	<0,1
TOTAL	0,6 %
MOYENNE	0,07 %

Source : Médiamétrie, Médiamat Thématik, Ensemble Univers Médiamat Thématik. Note : les parts d'audience inférieures à 0,1 % ne sont pas prises en compte pour le total ni la moyenne. Les chaînes ayant une part d'audience inférieure à 0,1 % sont toutefois prises en compte au dénominateur pour le calcul de la moyenne.

LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE ET CINÉMATOGRAPHIQUE

REMARQUES MÉTHODOLOGIQUES

Ce chapitre a été établi à partir des statistiques du CNC sur la production aidée par le fonds de soutien. Seules les œuvres audiovisuelles (au sens du décret n°90-66 du 17 janvier 1990 modifié le 28 mars 1992) qui bénéficient de l'aide du CNC sont prises en compte dans ces données. Les productions ne bénéficiant pas du statut d'œuvre audiovisuelle sont essentiellement des programmes de flux non éligibles au fonds de soutien. Les données du CNC couvrent les œuvres d'animation, les documentaires de création, la fiction, les captations et créations de spectacle vivant et les magazines d'intérêt culturel.

Le classement des diffuseurs qui financent des programmes audiovisuels aidés par le CNC a été modifié dans les statistiques établies par le CNC, afin de distinguer les services de télévision en fonction, d'une part, de leur actionnariat (public ou privé) et d'autre part, de leur mode d'accès (gratuit ou payant). L'ensemble des diffuseurs est désormais divisé en 14 sous-ensembles :

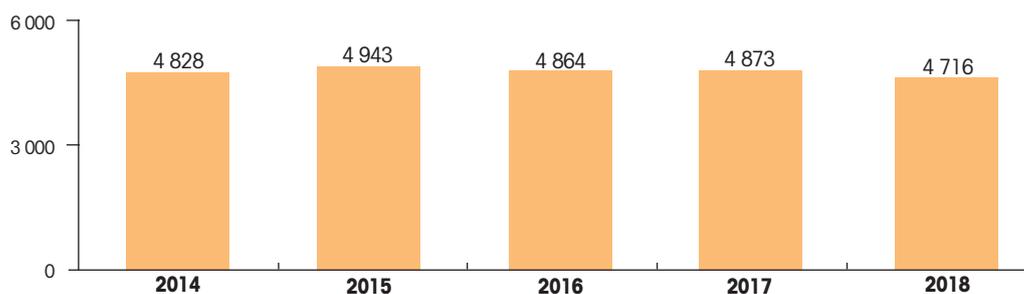
- 10 groupes audiovisuels (AB Groupe, Arte, Disney Channel, France Télévisions, Groupe Canal+, Groupe M6, Lagardère, NextRadio, Orange, TF1), qui regroupent les chaînes publiques nationales, les chaînes privées à diffusion nationale, les chaînes privées de la TNT gratuite hors chaînes d'information, les chaînes payantes et les services en ligne ;
- les autres chaînes gratuites, qui regroupent les chaînes n'appartenant pas aux groupes précédemment cités ;
- les autres chaînes payantes, qui regroupent les chaînes n'appartenant pas aux groupes précédemment cités ;
- les autres services en ligne accessibles sur internet qui regroupent les services n'appartenant pas aux groupes précédemment cités ;
- les chaînes locales sont également intégrées, qui participent à la production d'œuvres audiovisuelles aidées par le CNC.

1. LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE

ÉQUILIBRE GLOBAL

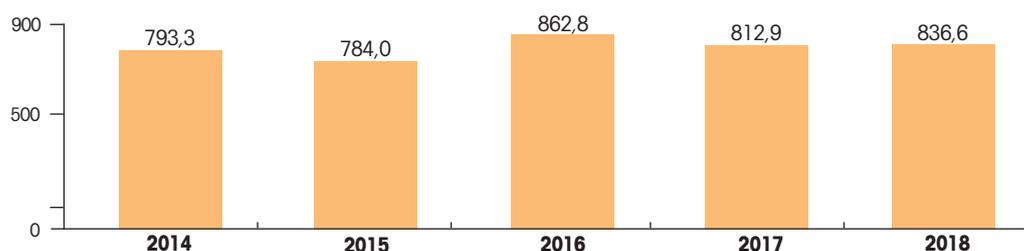
En 2018, les chaînes (chaînes gratuites, chaînes payantes, chaînes locales et services en ligne) ont commandé 4 716 heures de programmes audiovisuels aidés par le CNC, contre 4 873 heures en 2017, soit un volume en recul de 3,2 %. Avec 836,6 M€ d'investissements en 2018, contre 812,9 M€ en 2017, les apports des chaînes sont en revanche en hausse de 2,9 % entre 2017 et 2018.

VOLUME HORAIRE* D'ŒUVRES AUDIOVISUELLES AIDÉES COMMANDÉES PAR LES CHAÎNES



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

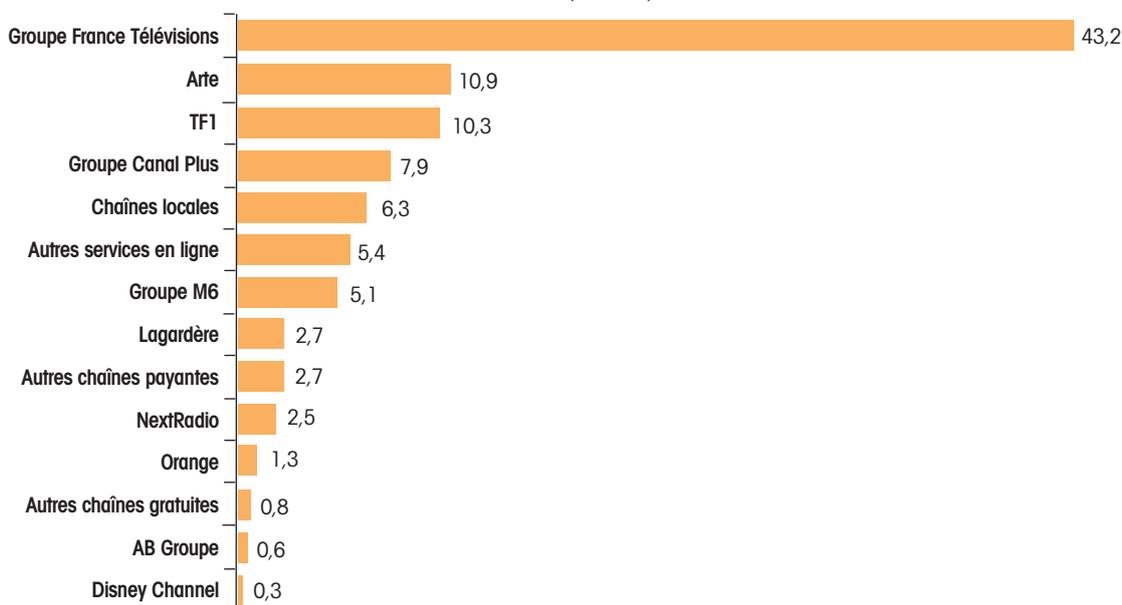
APPORTS* DES CHAÎNES DANS LES ŒUVRES AUDIOVISUELLES AIDÉES (en M€)



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

Les chaînes du groupe France Télévisions représentent 43,2 % du nombre d'heures commandées par l'ensemble des chaînes en 2018. Arte France participe à la production de 10,9 % du volume horaire de programmes audiovisuels aidés. Les chaînes publiques (France Télévisions et Arte) représentent au total 54,1 % du volume horaire total des programmes audiovisuels aidés par le CNC et jouent donc un rôle déterminant dans la production. Le groupe TF1, premier groupe privé en termes de volume horaire commandé, représente 10,3 % du volume horaire total.

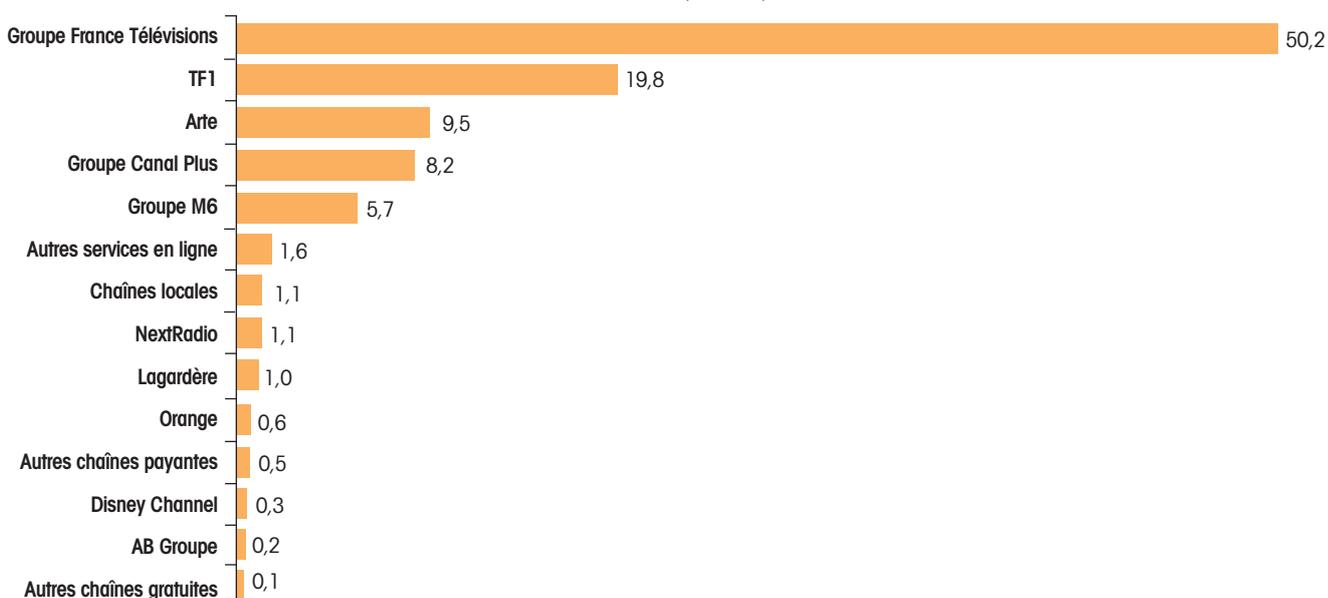
RÉPARTITION DU VOLUME HORAIRE* D'ŒUVRES AIDÉES SELON LE GROUPE EN 2018 (en %)



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

En 2018, les chaînes du groupe France Télévisions financent la production audiovisuelle aidée à hauteur de 419,9 M€, soit 50,2 % de l'ensemble des investissements des chaînes (50,8 % en 2017). La participation des chaînes du groupe TF1 représente 19,8 % des investissements des diffuseurs en 2018 (19,3 % en 2017). Les chaînes locales contribuent à hauteur de 9,2 M€, soit 1,1 % des investissements totaux (comme en 2017).

RÉPARTITION DES INVESTISSEMENTS* DANS LES ŒUVRES AIDÉES SELON LE TYPE DE CHAÎNE EN 2018 (en %)



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

APPORTS* DANS LES ŒUVRES AUDIOVISUELLES AIDÉES SELON LE GROUPE (en M€)

	2014	2015	2016	2017	2018	% **	ÉVOLUTION 2018 / 2017
Groupe France Télévisions	412,9	385,6	435,4	413,3	419,9	50,2 %	+1,6 %
Groupe TF1	136,9	127,7	166,0	156,6	165,7	19,8 %	+5,8 %
Arte France	70,8	74,8	80,2	73,2	79,8	9,5 %	9,0 %
Groupe Canal Plus	66,6	102,5	67,4	75,0	68,7	8,2 %	-8,3 %
Groupe M6	50,3	38,5	61,1	45,5	47,7	5,7 %	+4,7 %
Next Radio	2,3	4,6	6,5	8,9	9,0	1,1 %	+1,0 %
Lagardère	6,8	8,1	12,7	4,3	8,1	1,0 %	+88,1 %
Orange	3,6	4,9	4,6	4,3	5,2	0,6 %	+22,0 %
Disney Channel	2,3	4,5	4,1	4,1	2,4	0,3 %	-40,0 %
AB Groupe	4,8	3,5	2,7	3,0	1,7	0,2 %	-52,9 %
NRJ Group	5,7	0,7	0,1	0,0	0,2	0,0 %	-
Editions Philippe Amaury	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0 %	-
Autres chaînes gratuites	1,1	1,1	0,9	1,0	1,1	0,1 %	+5,5 %
Autres chaînes payantes	6,4	9,7	8,0	5,7	4,5	0,5 %	-19,7 %
Autres services en ligne	4,9	6,1	4,8	8,8	13,2	1,6 %	+48,9 %
Chaînes locales	17,4	11,6	8,3	9,1	9,2	1,1 %	+1,3 %
Autres chaînes	0,2	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0 %	-76,9 %
TOTAL	793,3	784,0	862,8	812,9	836,6	100,0 %	+2,9 %

* Apports tous rangs de diffusion confondus.

** Part des apports dans l'ensemble des chaînes en 2018.

Source : CNC.

HEURES* DE PROGRAMMES COMMANDÉS PAR LES GROUPES AUDIOVISUELS SELON LE GENRE

	FICTION		DOCUMENTAIRE		ANIMATION		SPECTACLE VIVANT		MAGAZINE		TOTAL	
	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018	2017	2018
Groupe France Télévisions	416	520	863	896	168	109	373	309	187	205	2 007	2 039
Arte France	32	46	290	259	3	3	155	142	62	64	543	514
TF1	236	270	207	157	87	39	12	15	0	2	542	484
Groupe Canal+	50	51	215	201	41	47	57	56	28	17	393	373
Chaînes locales	14	1	157	169	0	1	128	114	31	14	330	298
Autres services en ligne	4	0	10	47	2	5	147	179	0	23	162	254
Groupe M6	79	66	131	110	10	41	23	23	0	0	244	240
Lagardère	0	0	1	2	20	42	103	85	0	0	124	129
Autres chaînes payantes	0	0	144	105	0	0	33	16	19	8	196	128
NextRadio	0	0	132	116	0	0	0	0	3	0	135	116
Orange	23	27	14	14	0	0	0	0	20	20	56	61
Autres chaînes gratuites	0	0	30	37	0	0	0	0	0	0	30	37
AB Groupe	0	0	71	29	0	0	0	0	0	0	71	29
Disney Channel	17	13	0	0	21	0	0	0	0	0	38	13
NRJ Group	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Editions Philippe Amaury	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Autres chaînes	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	2	0
TOTAL	871	995	2 266	2 141	353	289	1 033	939	350	353	4 873	4 716

* Heures en tant que premier diffuseur.

Source : CNC.

2. LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE

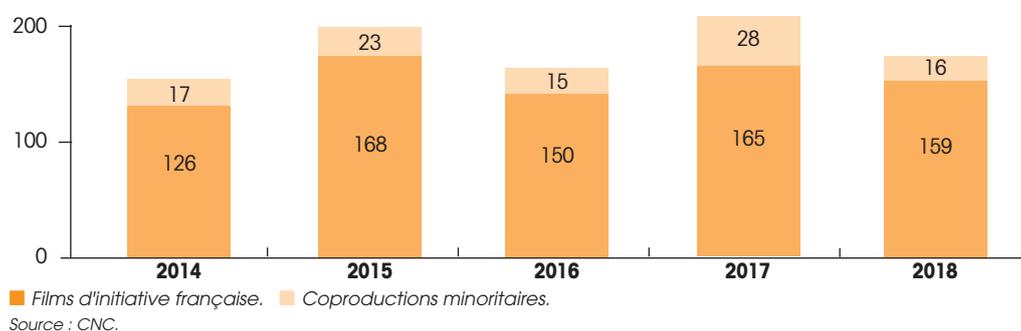
ÉQUILIBRE GLOBAL

Seuls apparaissent dans ces résultats les investissements dans les films dont la production a débuté (agrément des investissements) ou s'est achevée durant l'année (agrément de production). Ce calendrier explique les éventuels écarts avec les montants d'investissement déclarés chaque année par les chaînes au CSA. Les évolutions sont donc à considérer avec précaution, notamment au regard des obligations de production des chaînes.

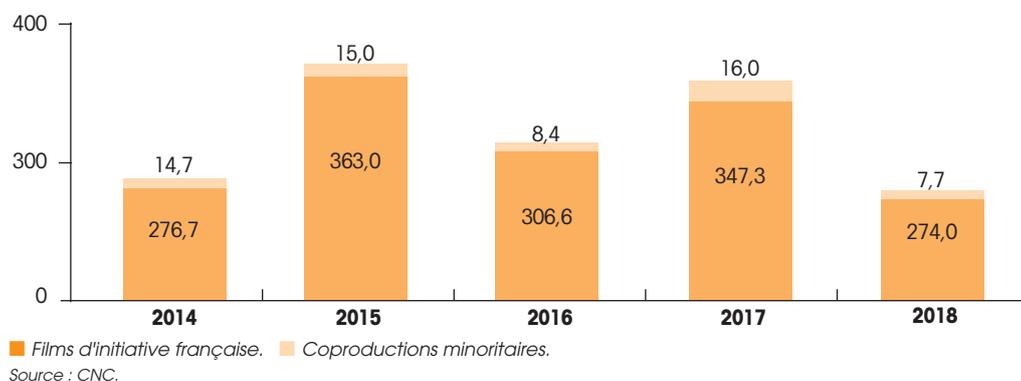
En 2018, parmi les 300 films agréés par le CNC, les chaînes de télévision (payantes et gratuites) ont préfinancé 175 films (58,3 % des films agréés) dont 159 d'initiative française, soit 67,1 % des films d'initiative française (193 films dont 165 d'initiative française en 2017), 20 films d'initiative française sont financés par une seule chaîne de télévision en 2018 (34 en 2017). À l'inverse, quatre films sont financés par cinq chaînes (trois en 2017).

A 281,70 M€, les investissements des chaînes de télévision reculent en 2018 (-22,5 %), pour un nombre de films financés en baisse de 9,3 %, soit -18 films.

NOMBRE DE FILMS AGRÉÉS FINANCÉS PAR LES CHAÎNES

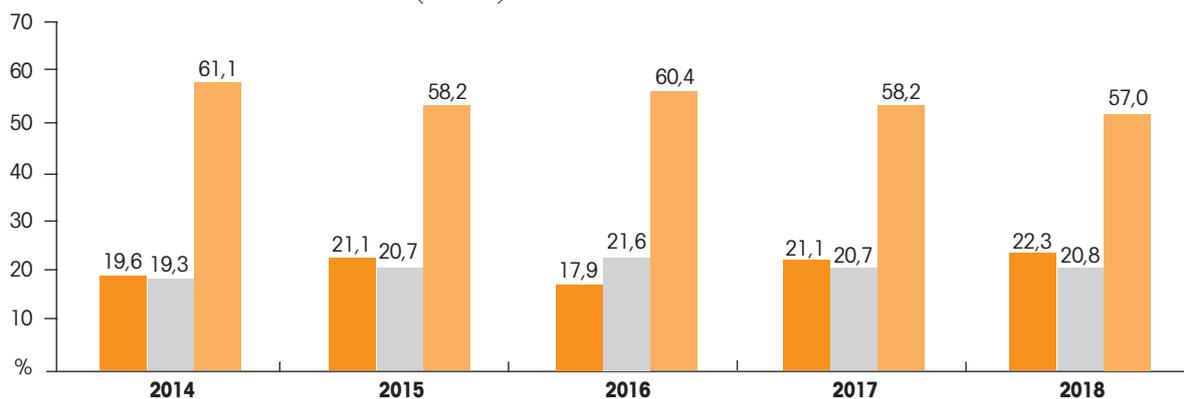


INVESTISSEMENTS DES CHAÎNES DANS LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE AGRÉÉE PAR LE CNC (en M€)



En 2018, les investissements de cinq chaînes payantes sont recensés (Altice Studio, Canal+, Ciné+, OCS et TV5 Monde). Ils comptent pour 57,0 % des investissements des chaînes télévisées. Cinq chaînes publiques participent au financement de films agréés (Arte, France 2, France 3, France 4 et France Ô) en 2018 et représentent 22,3 % du total des investissements des chaînes, tandis que huit chaînes privées gratuites (6ter, C8, RMC Story, M6, TFX, TF1, TMC, W9) participent à hauteur de 20,8 %.

RÉPARTITION DES INVESTISSEMENTS* DANS LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE SELON LE TYPE DE CHAÎNE (en %)



■ Chaînes publiques nationales.** ■ Chaînes privées nationales gratuites.*** ■ Chaînes payantes.****

* Préachats + apports en coproduction.

** Chaînes publiques dont les investissements sont recensés sur la période : Arte, France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô.

*** Chaînes privées nationales gratuites dont les investissements sont recensés sur la période : 6ter, C8, Gulli, M6, NRJ12, RMC Story, TF1, TF1 Séries Films, TFX, TMC, W9.

**** Chaînes payantes dont les investissements sont recensés sur la période : 13^{ème} Rue, Altice Studio, Canal+, Canal J, Ciné+, OCS et TV5 Monde.
Source : CNC.

CONTRIBUTION DES CHAÎNES GRATUITES

En 2018, parmi les 300 films agréés, les chaînes gratuites ont financé 116 films au total, dont 107 films d'initiative française (128 films dont 117 d'initiative française en 2017). Parmi elles, les chaînes publiques ont financé 87 films (dont 78 d'initiative française), tandis que les chaînes privées ont participé au financement de 39 films (tous d'initiative française). En 2018, 73 films d'initiative française sont financés par une seule chaîne en clair (84 films en 2017) et quatre films sont financés par trois chaînes en clair.

Les investissements des chaînes en clair dans la production cinématographique diminuent de 20,1 % en 2018 à 121,24 M€, pour un nombre de films en retrait de 9,4 % (-12 films).

Leur intervention est inférieure à la moyenne constatée sur les dix dernières années (129,1 M€ investis par an en moyenne entre 2009 et 2018).

Les interventions des chaînes en clair reculent de 18,7 % sur les films d'initiative française (118,09 M€ en 2018) et de 51,2 % sur les coproductions minoritaires françaises (3,15 M€). Dans le même temps, le nombre de films d'initiative française préfinancés diminue de 8,5 %, celui des coproductions minoritaires de 18,2 %.

En 2018, 38 films sont préachetés par les nouvelles chaînes de la TNT gratuite, tous d'initiative française (43 films, dont 42 d'initiative française en 2017). Ces chaînes apportent 9,84 M€ (13,23 M€ en 2017), soit 259 K€ par film en moyenne (307 K€ en 2017). Huit chaînes de la TNT gratuite investissent dans la production cinématographique (six chaînes en 2017). C8 continue à être la chaîne la plus active. Elle préachète 13 films, tous d'initiative française pour 4,30 M€.

En 2018, les investissements des chaînes en clair sont constitués à 62,2 % par des préachats de droits de diffusion (65,5 % en 2017). La part des apports en coproduction est en hausse à 37,8 % (34,5 % en 2017).

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

		2014	2015	2016	2017	2018	ÉVOLUTION 2018/2017
FILMS D'INITIATIVE FRANÇAISE	Chaînes publiques*	52,5	75,6	54,3	71,9	59,6	-17,1 %
	Chaînes privées gratuites**	55,0	77,8	68,2	73,4	58,5	-20,3 %
	Chaînes gratuites	107,5	153,5	122,4	145,3	118,1	-18,7 %
COPRODUCTIONS MINORITAIRES	Chaînes publiques*	4,6	4,1	2,3	4,8	3,2	-34,4 %
	Chaînes privées gratuites**	1,1	0,4	-	1,7	-	-
	Chaînes gratuites	5,7	4,5	2,3	6,5	3,2	-51,2 %
TOTAL CHAÎNES PUBLIQUES		57,1	79,7	56,5	76,7	62,7	-18,2 %
TOTAL CHAÎNES PRIVÉES GRATUITES		56,1	78,2	68,2	75,1	58,5	-22,1 %
TOTAL		113,2	157,9	124,7	151,8	121,2	-20,1 %

* Chaînes publiques dont les investissements sont recensés sur la période : Arte, France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô.

** Chaînes privées gratuites dont les investissements sont recensés sur la période : 6ter, C8, Gulli, M6, NRJ12, RMC Story, TF1, TF1 Séries Films, TFX, TMC, W9.

Source : CNC.

En 2018, 4,7 % des films d'initiative française financés par au moins une chaîne en clair ont un devis inférieur à 1 M€ (0,9 % en 2017), 24,3 % ont un devis compris entre 1 M€ et 4 M€ (27,4 % en 2017), 42,1 % un devis compris entre 4 M€ et 7 M€ (34,2 % en 2017) et 29,0 % un devis supérieur ou égal à 7 M€ (37,6 % en 2017). Les films à moins de 1 M€ captent 0,9 % des investissements de ces chaînes (0,2 % en 2017), les films de 1 M€ à 4 M€ en mobilisent 9,3 % (9,6 % en 2017), les films de 4 à 7 M€ 33,0 % (24,0 % en 2017) et les films à 7 M€ ou plus 56,9 % (66,2 % en 2017).

NOMBRE DE FILMS D'INITIATIVE FRANÇAISE FINANCÉS PAR LES CHAÎNES NATIONALES GRATUITES SELON LE DEVIS

		<1 M€	1 à 4 M€	4 à 7 M€	7 à 15 M€	>15 M€	TOTAL
2017	Chaînes publiques*	1	26	27	21	4	79
	Chaînes privées gratuites**	–	6	15	14	9	44
	Chaînes gratuites	1	32	40	32	12	117
2018	Chaînes publiques*	5	22	35	14	2	78
	Chaînes privées gratuites**	–	4	16	12	7	39
	Chaînes gratuites	5	26	45	22	9	107

* Chaînes publiques dont les investissements sont recensés sur la période : Arte, France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô.

** Chaînes privées gratuites dont les investissements sont recensés sur la période : 6ter, C8, Gulli, M6, NRJ12, RMC Story, TF1, TF1 Séries Films, TFX, TMC, W9.

Source : CNC.

Le devis moyen des films financés par les chaînes gratuites diminue de 7,9 % entre 2017 (7,4 M€) et 2018 (6,8 M€). En 2018, le devis moyen des films d'initiative française financés par les chaînes nationales gratuites s'élève à 6,8 M€ et celui des films minoritaires à 5,9 M€.

Le devis moyen des films financés par les chaînes publiques diminue, passant de 6,2 M€ en 2017 à 5,7 M€ en 2018. Le devis moyen des films financés par les chaînes privées gratuites diminue de 9,8 M€ en 2017 à 9,1 M€ en 2018.

En 2018, les investissements des chaînes gratuites couvrent en moyenne 15,4 % des devis des films qu'elles financent, contre 16,1 % en 2017.

DEVIS MOYEN DES FILMS FINANCÉS PAR LES CHAÎNES GRATUITES (en M€)

	2014	2015	2016	2017	2018	ÉVOLUTION 2018/2017
Chaînes publiques	5,0	5,1	5,5	6,2	5,7	-7,3 %
Chaînes privées gratuites	10,7	10,4	16,0	9,8	9,1	-7,4 %
CHAÎNES GRATUITES	6,7	6,5	9,2	7,4	6,8	-7,9 %

Source : CNC.

CONTRIBUTION DES CHAÎNES PAYANTES

Ces données n'incluent ni les indexations de prix calculés sur les recettes salles, ni les films financés par une chaîne payante et sans financement encadré qui ne sont pas comptabilisés dans les statistiques du CNC.

En 2018, parmi les 300 films agréés, les chaînes payantes ont préacheté 164 films (54,7 % des films agréés) dont 154 d'initiative française, soit 65,0 % des films d'initiative française (177 films dont 154 d'initiative française en 2017). 39 films d'initiative française font l'objet d'un préachat d'une seule chaîne payante en 2018 (38 films en 2017), 110 films de deux chaînes payantes (113 films en 2017). Cinq films ont été préachetés par trois chaînes payantes (3 en 2017).

Le volume global d'investissement des chaînes payantes diminue de 24,1 % à 160,46 M€ en 2018, pour un nombre de films préachetés en recul de 7,3 % (-13 films). En moyenne, sur la période 2009-2018, les chaînes payantes investissent chaque année 207,5 M€ dans le préachat des films agréés. En 2018, l'investissement des chaînes payantes dans les films d'initiative française représente 97,2 % de leurs investissements totaux dans les films, et les coproductions minoritaires 2,8 %.

Films à majorité étrangère inclus, les chaînes payantes participent au financement de 42 premiers films d'initiative française et 25 deuxièmes films (respectivement 42 et 33 films en 2017).

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

	2014	2015	2016	2017	2018	ÉVOLUTION 2018/2017
Films d'initiative française	169,2	209,5	184,2	202,0	155,9	-22,8 %
Coproductions minoritaires	9,0	10,5	6,2	9,6	4,6	-52,3 %
ENSEMBLE DES FILMS AGRÉÉS	178,2	220,0	190,4	211,5	160,5	-24,1 %

* Chaînes payantes dont les investissements sont recensés sur la période : 13ème Rue, Canal+, Canal J, Ciné+, OCS et TV5 Monde.

Source : CNC.

En 2018, la majorité des films d'initiative française financés par au moins une chaîne payante ont un devis compris entre 1 M€ et 10 M€ (83,1 %). En 2018, 7,1 % des films d'initiative française financés par au moins une chaîne payante ont un devis inférieur à 1 M€ (5,2 % en 2017), 36,4 % un devis compris entre 1 M€ et 4 M€ (33,8 % en 2017), 35,1 % un devis compris entre 4 M€ et 7 M€ (30,5 % en 2017) et 21,4 % un devis supérieur ou égal à 7 M€ (30,5 % en 2017). Les films à moins de 1 M€ captent 0,8 % des investissements des chaînes payantes dans les films d'initiative française en 2018 (0,5 % en 2017), les films de 1 M€ à 4 M€ en mobilisent 20,4 % (15,2 % en 2017), les films de 4 M€ à 7 M€, 36,7 % (29,8 % en 2017) et les films à 7 M€ ou plus, 42,1 % (54,6 % en 2017).

NOMBRE DE FILMS D'INITIATIVE FRANÇAISE FINANCÉS PAR LES CHAÎNES PAYANTES SELON LE DEVIS

	<1 M€	1 à 4 M€	4 à 7 M€	7 à 15 M€	>15 M€	TOTAL
2017	8	52	47	35	12	154
2018	11	56	54	23	10	154

Source : CNC.

Le devis moyen des films financés par les chaînes payantes est passé de 6,2 M€ en 2017 à 5,8 M€ en 2018. Contrairement à l'année 2017, il est plus élevé pour les coproductions minoritaires (6,8 M€, contre 4,4 M€ en 2017) que pour les films d'initiative française (5,7 M€ en 2018 contre 6,5 M€ en 2017).

Les investissements des chaînes payantes couvrent en moyenne 17,0 % des devis des films qu'elles financent (19,3 % en 2017). Ce taux s'élève à 17,8 % pour les films d'initiative française et à 6,7 % pour les coproductions minoritaires.

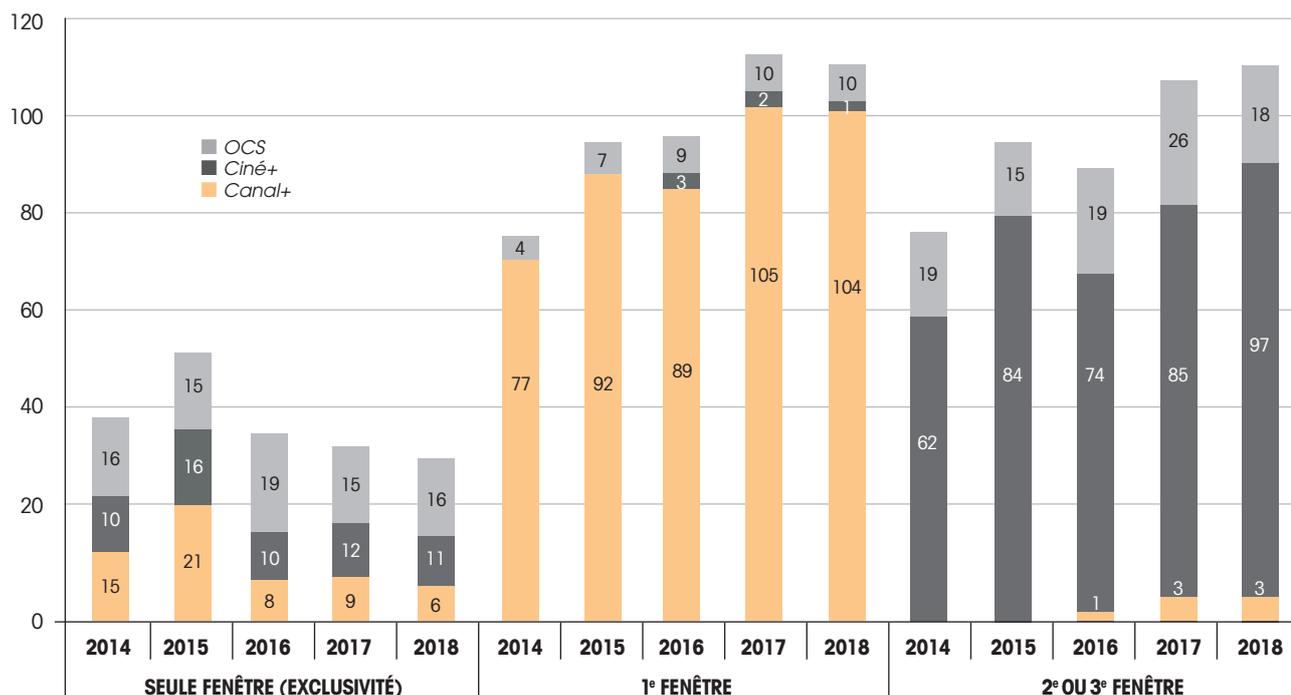
DEVIS MOYEN DES FILMS FINANCÉS PAR LES CHAÎNES PAYANTES (en M€)

	2014	2015	2016	2017	2018	ÉVOLUTION 2018/2017
Films d'initiative française	5,9	6,2	8,2	6,5	5,7	-12,0 %
Coproductions minoritaires	7,5	6,5	6,8	4,4	6,8	+55,2 %
TOTAL DES FILMS AGRÉÉS	6,1	6,2	8,1	6,2	5,8	-7,0 %

Source : CNC.

Les chaînes payantes concentrent leurs investissements sur des fenêtres de diffusions différentes. Ainsi, en 2018, Canal+ achète la première diffusion cryptée pour 97,3 % des films d'initiative française qu'elle finance (dont 5,3 % en tant que seule chaîne payante, c'est-à-dire en exclusivité). OCS achète la première diffusion pour 59,1 % des films qu'elle finance (36,4 % en tant que seule chaîne payante) et la deuxième diffusion pour 38,6 % d'entre eux. Ciné+ achète quant à elle 10,1 % de ses films en première exclusivité et 87,2 % d'entre eux en deuxième diffusion.

NOMBRE DE FILMS D'INITIATIVE FRANÇAISE SELON LES FENÊTRES PRÉ-ACHETÉES

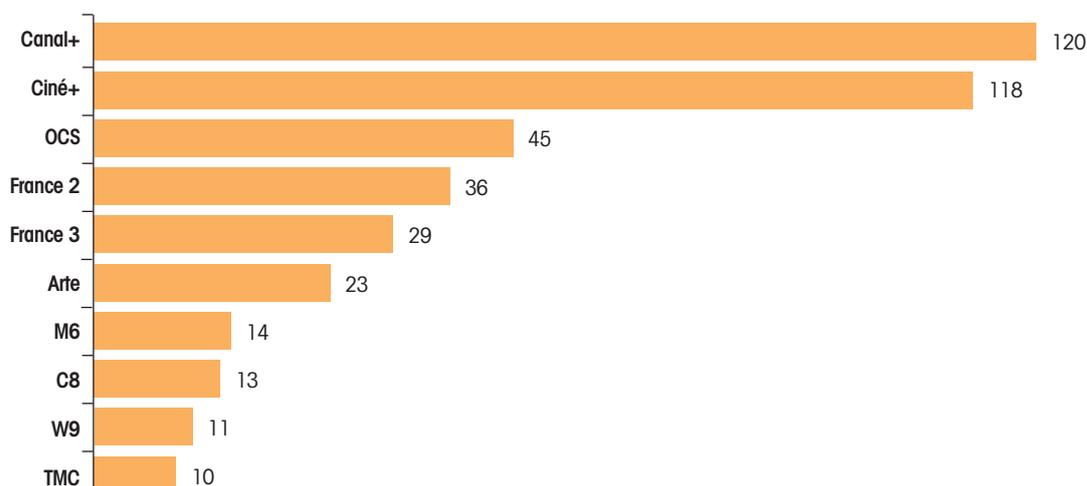


Source : CNC.

LES CHAÎNES LES PLUS ACTIVES

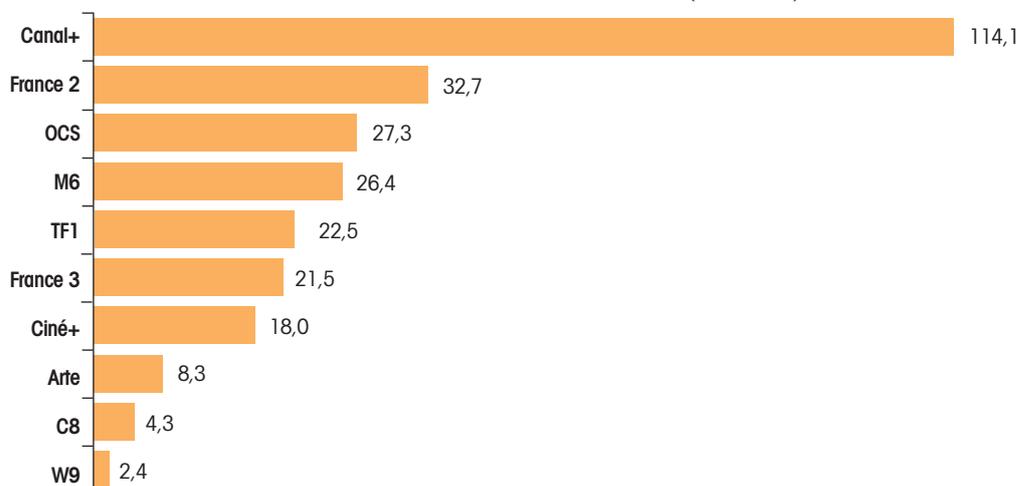
Canal+ arrive en tête du classement des chaînes de télévision les plus actives, tant en nombre de films aidés qu'en termes de volumes investis. En 2018, la chaîne préachète 120 des 175 films agréés financés par des chaînes, pour un montant global de 114,1 M€. Cela représente un peu moins de la moitié (40,5 %) des investissements de l'ensemble des chaînes de télévision, et plus de trois fois plus que les investissements de la deuxième chaîne la plus active (France 2 avec 32,7 M€ en 2018).

LES 10 CHAÎNES LES PLUS ACTIVES EN NOMBRE DE FILMS FINANCÉS EN 2018



Source : CNC.

LES 10 CHAÎNES LES PLUS ACTIVES EN TERMES D'INVESTISSEMENTS EN 2018 (en M€)



Source : CNC.

L'ÉCONOMIE DES CHAÎNES

PARTIE 1: RÉSULTATS ÉCONOMIQUES DU SECTEUR

Le chiffre d'affaires réalisé par l'ensemble des chaînes nationales, gratuites et payantes, autorisées ou conventionnées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel ⁽¹⁾, s'élève en 2018 à 8 683,3 M€, répartis de la façon suivante :

- 67 % sont réalisés par les chaînes gratuites : TF1, France Télévisions (France 2, France 3, France 4 ⁽²⁾, France 5 et France Ô, Outre-mer 1^{ère}, franceinfo:), M6, les chaînes gratuites privées de la TNT créées en 2005 (BFM TV, C8, CStar, CNews, Gulli, NRJ 12, TFX, TMC et W9), les chaînes gratuites de la TNT créées en 2012 (TF1 Séries Films, La Chaîne L'Equipe, 6ter, Numéro 23, RMC Découverte et Chérie 25) et LCI ;
- 33 % sont réalisés par les chaînes payantes (dont les chaînes Canal+ ⁽³⁾) diffusées sur la TNT payante, le câble, le satellite ou l'xDSL.

CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL DE L'ENSEMBLE DES CHAÎNES EN 2018

CHAÎNES	CA 2017 (en M€)	CA 2018 (en M€)	ÉVOLUTION 2018/2017	PART DU TOTAL
Total chaînes gratuites dont :	5 719,2	5 813,7	2 %	67 %
TF1	1 168,5	1 198,7	3 %	14 %
M6	679,6	703,8	4 %	8 %
France Télévisions	3 004,4	3 005,5	0 %	35 %
Chaînes TNT 2005*	680,8	693,5	2 %	8 %
Chaînes TNT 2012**	185,9	212,1	14 %	2 %
Total chaînes payantes dont :	2 854,2	2 869,6	1 %	33 %
Les chaînes Canal+***	1 544,0	1 502,0	-3 %	17 %
Autres chaînes payantes	1 310,2	1 367,6	4 %	16 %
TOTAL	8 573,4	8 683,3	1,3 %	100 %

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

*BFM TV, C8, CStar, CNews, Gulli, NRJ12, TFX, TMC, W9 et LCI.

** 6ter, Chérie 25, TF1 Séries Films, La Chaîne L'Equipe, RMC Story et RMC Découverte.

*** Canal+, Canal+ Cinéma, Canal+ Sport, Canal+ Family, Canal+ Séries et Canal+ Décalé.

1. BILAN FINANCIER DES CHAÎNES GRATUITES EN 2018

1.1 ANALYSE DES ÉVOLUTIONS CONSTATÉES EN 2018 PAR AGRÉGAT DE CHAÎNES

HAUSSE DU CHIFFRE D'AFFAIRES ET AMÉLIORATION DE LA RENTABILITÉ DES CHAÎNES GRATUITES PRIVÉES

En 2018, le chiffre d'affaires réalisé par l'ensemble des chaînes gratuites s'établit à 5 813,7 M€ (en augmentation de 2 % par rapport à 2017).

Cette augmentation est portée par les chaînes gratuites privées qui enregistrent une hausse de leur chiffre d'affaires de 3 %. Leur résultat d'exploitation augmente de 35 % et s'établit à 81,3 M€.

Parallèlement, le chiffre d'affaires des chaînes éditées par France Télévisions est stable (3 005,5 M€ en 2018) ainsi que leur résultat d'exploitation, toujours déficitaire (-32,7 M€).

⁽¹⁾ Cette étude est réalisée sur la base des données financières communiquées par les chaînes au Conseil. Les chiffres d'affaires de La Chaîne parlementaire (Public Sénat et LCP-AN) et d'Arte ne sont pas pris en compte. En effet, le CSA ne dispose d'aucun élément financier les concernant, ces services ne s'inscrivant pas dans son champ de compétence. Par ailleurs, les chaînes locales ne sont pas non plus prises en compte. Concernant les chaînes payantes, l'étude porte sur les résultats financiers 2018 de 79 chaînes diffusées en langue française en France métropolitaine, autorisées pour une diffusion sur la TNT ou conventionnées.

⁽²⁾ France 4 n'est pas comptabilisée avec les « chaînes de la TNT créées en 2005 » mais avec le groupe France Télévisions, le CSA ne disposant pas d'éléments financiers propres à chacun des services de France Télévisions depuis la constitution de ce groupe en société unique. Les éléments financiers retenus dans cette étude pour ce groupe sont ceux issus des comptes sociaux 2018 de France Télévisions SA.

⁽³⁾ L'appellation « les chaînes Canal+ » regroupe les chaînes suivantes : Canal+, Canal+ Cinéma, Canal+ Sport, Canal+ Série, Canal+ Family et Canal+ Décalé.

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES ET DU CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE DES CHÂÎNES GRATUITES EN 2018

CHÂÎNES	CHIFFRE D'AFFAIRES				CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE			
	2017 (en M€)	2018 (en M€)	Évolution 2018/2017 (en %)	Évolution 2018/2017 (en M€)	2017 (en M€)	2018 (en M€)	Évolution 2018/2017 (en %)	Évolution 2018/2017 (en M€)
Chaînes gratuites privées (18 chaînes)	2 714,8	2 808,2	3 %	93,4	2 625,3	2 659,5	1 %	34,2
Chaînes gratuites publiques (6 chaînes)	3 004,4	3 005,5	0 %	1,1	351,9	351,1	0 %	-0,8
TOTAL CHÂÎNES GRATUITES	5 719,2	5 813,7	1,7 %	94,5	2 977,2	3 010,6	1 %	33,4

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

ÉVOLUTION DU RÉSULTAT D'EXPLOITATION ET DU RÉSULTAT NET DES CHÂÎNES GRATUITES EN 2018 ⁽⁴⁾

CHÂÎNES	RÉSULTAT D'EXPLOITATION				RÉSULTAT NET			
	2017 (en M€)	2018 (en M€)	Évolution 2018/2017 (en %)	Évolution 2018/2017 (en M€)	2017 (en M€)	2018 (en M€)	Évolution 2018/2017 (en %)	Évolution 2018/2017 (en M€)
Chaînes gratuites privées (18 chaînes)	60,3	81,3	35 %	16,2	99,6	188,6	89 %	89,0
Chaînes gratuites publiques (6 chaînes)	-31,3	-32,7	4 %	-1,4	-21,0	-127,8	509 %	-106,8
TOTAL CHÂÎNES GRATUITES	29,0	48,6	68 %	14,8	78,6	60,8	-23 %	-17,8

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

CROISSANCE DU CHIFFRE D'AFFAIRES GRÂCE AUX NOUVELLES RECETTES DE DISTRIBUTION

La hausse de 3 % du chiffre d'affaires des chaînes privées bénéficie cette année également à la chaîne TF1, dont le chiffre d'affaires augmente de 30,2 M€, après 8 années consécutives de baisse. Ce mouvement à la hausse s'explique notamment par la croissance – limitée – de ses recettes publicitaires (+1 % soit 6,1 M€) mais surtout par l'augmentation très significative du poste de recettes « autres prestations de service » dont la dotation passe de 8,3 M€ en 2017 à 29,4 M€ en 2018. Ce poste est certainement constitué, en partie, des redevances versées à TF1 par les distributeurs pour la reprise de cette chaîne et de services associés sur leurs réseaux ⁽⁵⁾. En effet, le groupe TF1 a signé au cours de l'année 2018 des accords de distribution avec l'ensemble des distributeurs « adaptant ainsi son modèle économique à l'évolution digitale du marché » ⁽⁶⁾.

Ces nouvelles recettes, dont le montant n'est pas précisé, devraient également participer à la hausse de 4 % du chiffre d'affaires de la chaîne M6 (+24,2 M€), compensant ainsi la baisse des recettes publicitaires de cette chaîne observée en 2018 (-1 % soit -4,3 M€), et cela après 5 ans de hausse continue. En effet, il apparaît dans le compte de résultat de la chaîne une augmentation importante du poste « recettes diverses », qui passe de 6,2 M€ en 2017 à 34,7 M€ en 2018 (+28,5 M€), sans précision sur la nature exacte des recettes qui composent ces ressources.

Ces recettes de distribution apparaissent donc, en 2018, comme un nouveau relais de croissance venant pallier la croissance très modérée du chiffre d'affaires publicitaire des chaînes gratuites privées (+1 % soit +34,2 M€).

Les chaînes de la TNT 2005 et 2012 éditées par les groupes TF1 et certainement également celles éditées par le groupe M6 bénéficient également de ces nouvelles recettes ⁽⁷⁾.

Le chiffre d'affaires total des chaînes de la TNT 2005 et de la TNT 2012 croît également en 2018. Sur l'ensemble des 16 chaînes regroupées dans ces deux agrégats, 13 enregistrent une progression de leur chiffre d'affaires. Seules trois chaînes, TFX (-5 %), C8 (-4 %) et BFMTV (-2 %), voient leur chiffre d'affaires diminuer.

Cette progression du chiffre d'affaires, concentrée pour l'essentiel sur les chaînes privées, se traduit par une amélioration de leurs résultats d'exploitation pris globalement (+16,2 M€ de résultat d'exploitation et +89 M€ de résultat net par rapport à l'année 2017).

Cependant, le résultat d'exploitation de l'ensemble des chaînes de la TNT 2005 et 2012 reste négatif même si le déficit global de chacun de ces agrégats diminue d'année en année ⁽⁸⁾.

⁽⁴⁾ Remarque de présentation valant pour l'ensemble du document : une évolution entre 2018 et 2017, dont le taux est négatif en pourcentage entre deux situations déficitaires, traduit une amélioration de la situation en 2018 (qui reste toutefois déficitaire).

⁽⁵⁾ Les comptes de TF1 SA n'indiquent cependant pas le montant des recettes issues des accords avec les distributeurs qui a été inscrit dans le compte de résultat.

⁽⁶⁾ Source : p 64 du « Document de référence 2018 du groupe TF1 ».

⁽⁷⁾ Voir p 55 « Analyse par groupe des évolutions constatées ».

⁽⁸⁾ Voir p 54 graphique « Évolution depuis 2006 des résultats d'exploitation des chaînes gratuites privées par agrégat de chaînes ».

CHIFFRE D'AFFAIRES ET CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE DE L'ENSEMBLE DES CHÂÎNES GRATUITES PRIVÉES EN 2018

CHÂÎNES	CHIFFRE D'AFFAIRES				CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE			
	2017 (en M€)	2018 (en M€)	Évolution 2018/2017 (en %)	Évolution 2018/2017 (en M€)	2017 (en M€)	2018 (en M€)	Évolution 2018/2017 (en %)	Évolution 2018/2017 (en M€)
Chaînes historiques privées gratuites	1 848,1	1 902,5	3 %	54,4	1 823,6	1 825,4	0 %	1,8
TF1	1 168,5	1 198,7	3 %	30,2	1 150,2	1 156,3	1 %	6,1
M6	679,6	703,8	4 %	24,2	673,4	669,1	-1 %	-4,3
Autres chaînes privées gratuites	866,7	905,7	4 %	39,0	801,7	834,1	4 %	32,4
Chaînes TNT 2005	680,8	693,5	2 %	12,7	619,2	627,7	1 %	8,5
Chaînes TNT 2012	185,9	212,1	14 %	26,2	182,6	206,5	13 %	23,9
TOTAL CHÂÎNES PRIVÉES GRATUITES	2 714,8	2 808,2	3 %	93,4	2 659,5	2 659,5	1 %	34,2

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

Les chaînes historiques privées TF1 et M6 réalisent un chiffre d'affaires total plus de deux fois supérieur aux 16 autres chaînes privées (1 903 M€ contre 896 M€). Ces dernières totalisent 32 % du chiffre d'affaires total du secteur.

RÉSULTAT D'EXPLOITATION ET RÉSULTAT NET DES CHÂÎNES PRIVÉES GRATUITES EN 2018

CHÂÎNES	CHIFFRE D'AFFAIRES				CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE			
	2017 (en M€)	2018 (en M€)	Évolution 2018/2017 (en %)	Évolution 2018/2017 (en M€)	2017 (en M€)	2018 (en M€)	Évolution 2018/2017 (en %)	Évolution 2018/2017 (en M€)
Chaînes historiques privées gratuites	201,8	175,5	-13 %	-26,3	266,5	258,7	-3 %	-7,8
TF1	78,8	61,0	-23 %	-17,8	131,6	91,7	-30 %	-39,9
M6	123,0	114,5	-7 %	-8,5	134,9	167,0	24 %	32,1
Autres chaînes privées gratuites	-141,5	-94,2	-33 %	42,5	-166,9	-70,1	-58 %	96,8
Chaînes TNT 2005	-106,9	-65,9	-38 %	36,1	-128,2	-34,8	-73 %	93,4
Chaînes TNT 2012	-34,6	-28,3	-18 %	6,4	-38,7	-35,3	-9 %	3,4
TOTAL CHÂÎNES PRIVÉES GRATUITES	60,3	81,3	35 %	16,2	99,6	188,6	89 %	89,0

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

Un nombre croissant de chaînes de la TNT 2005 et 2012 deviennent bénéficiaires. Elles n'étaient que 3 à avoir atteint l'équilibre il y a encore 3 ans, contre 7 en 2018. Les chaînes qui restent déficitaires voient toutes leur déficit diminuer en 2018 (à l'exception de RMC Découverte).

SEULES LES CHARGES DES CHÂÎNES DE LA TNT 2005 DIMINUENT

Les chaînes de la TNT 2005 voient leurs charges diminuer en 2018 (à l'exception de BFM TV et TMC) alors que les chaînes de la TNT 2012 présentent des charges en augmentation (sauf Chérie 25), comme les deux chaînes historiques M6 et TF1. Cette dernière, après 4 années de réduction de charges, enregistre une augmentation de ses charges de près de 59 M€ dues essentiellement à l'acquisition des droits de retransmission des matchs de la Coupe du monde masculine de football 2018 ⁽⁹⁾.

⁽⁹⁾ Le Document de référence 2018 du groupe TF1 indique p. 218 que « le poste charge (de TF1) comprend une charge relative aux droits de retransmissions sportives pour un montant de 95,7 M€ au 31 décembre 2018 contre 42 M€ en 2017. Cette hausse est due principalement aux droits de retransmission de la Coupe du Monde de football en 2018 ».

CHARGES D'EXPLOITATION DES CHAÎNES PRIVÉES GRATUITES EN 2018

CHAÎNES	CHARGES D'EXPLOITATION			
	2017 (en M€)	2018 (en M€)	Évolution 2018/2017 (en %)	Évolution 2018/2017 (en M€)
Chaînes historiques privées gratuites	1 911,9	2 046,3	7 %	134,4
TF1	1 223,0	1 281,9	5 %	58,9
M6	688,9	764,4	11 %	75,5
Autres chaînes privées gratuites	1 049,1	1 032,1	-2 %	-17,0
Chaînes TNT 2005	823,8	785,2	-5 %	-38,6
Chaînes TNT 2012	225,3	246,9	10 %	21,6
TOTAL CHAÎNES PRIVÉES GRATUITES	2 961,0	3 078,4	4 %	117,4

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

1.2 ANALYSE DE L'ÉVOLUTION DE L'ÉCONOMIE DES CHAÎNES PRIVÉES GRATUITES DEPUIS 2006

Depuis 2010, la croissance du chiffre d'affaires des chaînes privées gratuites est très modérée.

ÉVOLUTION DEPUIS 2006 DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES CHAÎNES GRATUITES PRIVÉES
(Progression en % par rapport à l'année n-1)

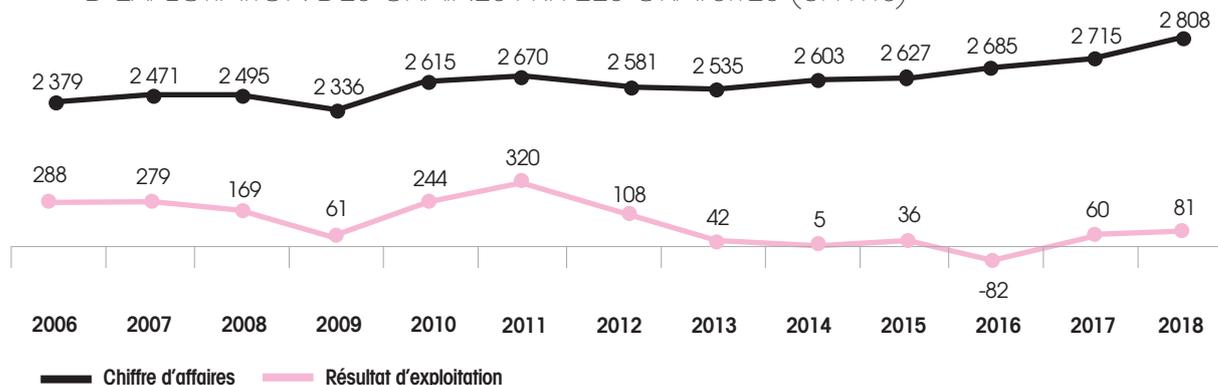


Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs. Ce graphique contient des arrondis.

Dans un contexte de croissance régulière du nombre de chaînes (18 chaînes jusqu'en 2012, 24 entre 2013 et 2015, et 26 en 2016), le chiffre d'affaires des chaînes privées gratuites prises globalement a augmenté de 429 M€ entre 2006 et 2018 (+18 %) et de 193 M€ depuis 2010 (+7 %).

Toutefois, les résultats d'exploitation des chaînes privées gratuites, orientés à la baisse depuis 2006, sont particulièrement décroissants entre 2011 et 2014. Même s'ils enregistrent une progression, les résultats d'exploitation 2017 et 2018 demeurent largement en-deçà des niveaux des années 2006 à 2008.

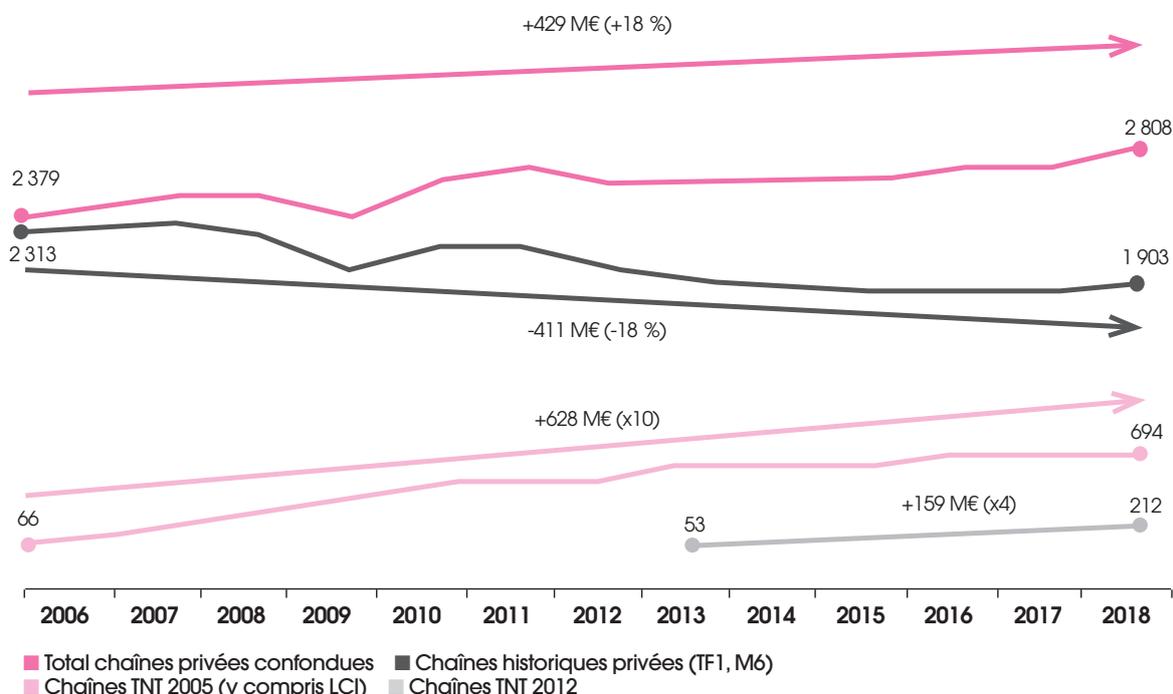
ÉVOLUTION DEPUIS 2006 DU CHIFFRE D'AFFAIRES ET DES RÉSULTATS D'EXPLOITATION DES CHAÎNES PRIVÉES GRATUITES (en M€)



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

L'augmentation du chiffre d'affaires des chaînes privées gratuites depuis 2006 tient à la croissance régulière du chiffre d'affaires des chaînes de la TNT 2005 et 2012, le chiffre d'affaires des chaînes historiques ayant diminué de 411 M€ sur la période.

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES CHAÎNES PRIVÉES GRATUITES PAR AGRÉGAT DE CHAÎNES ENTRE 2006 ET 2018 (en M€)



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

ÉVOLUTION DES RÉSULTATS D'EXPLOITATION DES CHAÎNES PRIVÉES GRATUITES PAR AGRÉGAT DE CHAÎNES ENTRE 2006 ET 2018 (en M€)

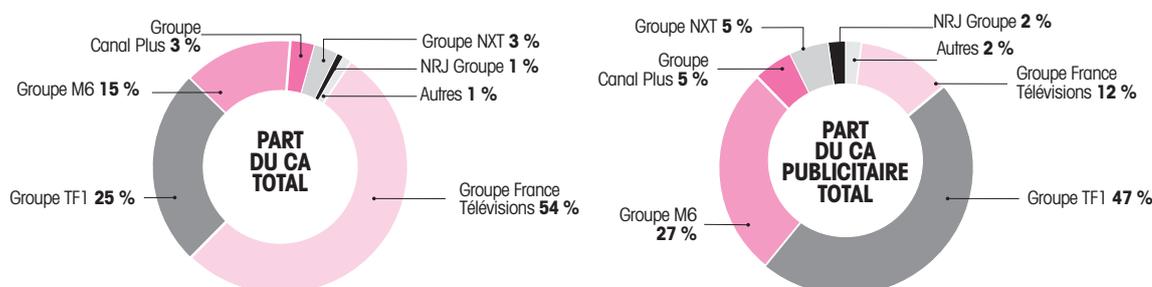


Source : CSA, d'après les déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis.

1.3 ANALYSE DES ÉVOLUTIONS CONSTATÉES EN 2018, PAR GROUPES ⁽¹⁰⁾

Les groupes France Télévisions ⁽¹¹⁾, TF1 et M6 réalisent à eux trois plus de 90 % du chiffre d'affaires du secteur en 2018. Les groupes TF1 et M6 concentrent 74 % du chiffre d'affaires publicitaire total de la télévision.

POIDS DES GROUPES DANS LE CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL ET DANS LE CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE TOTAL RÉALISÉS DANS L'ÉDITION DE CHAÎNES GRATUITES EN 2018



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

STABILITÉ DES RESSOURCES DES CHAÎNES DE FRANCE TÉLÉVISIONS

Le chiffre d'affaires de France Télévisions ⁽¹²⁾ est quasiment stable (+1,1 M€) ainsi que ses recettes publicitaires (-0,8 M€).

L'exercice 2018 est marqué par une diminution des ressources publiques perçues par France Télévisions de 30,9 M€ (soit -1 %). Elles représentent 85 % de son chiffre d'affaires en 2018 soit 2 517,3 M€ (contre 2 548,1 M€ en 2017).

Le résultat d'exploitation du groupe France Télévisions est négatif mais quasiment stable depuis trois ans (-32,7 M€ en 2018, -31,3 M€ en 2017 et -32,2 M€ en 2016), après une phase d'amélioration significative depuis 2013 ⁽¹³⁾. Son résultat net se détériore fortement et passe de -21 M€ en 2017 à -112,1 M€, alors qu'il était positif en 2016 (36 M€).

Ce déficit important s'explique principalement par l'intégration de 92,8 M€ de provisions pour le plan de départ volontaire ⁽¹⁴⁾. En effet, les charges d'exploitation (4 177,9 M€) sont en diminution de 27,2 M€.

REDRESSEMENT DE LA SITUATION DES CHAÎNES DU GROUPE TF1 DEPUIS DEUX ANS

En 2016, les chaînes du groupe TF1 ont présenté pour la première fois un résultat d'exploitation cumulé négatif (-32,5 M€) et la chaîne TF1 enregistrait une baisse continue de son chiffre d'affaires depuis 2010. La situation des chaînes du groupe TF1 s'est toutefois redressée.

A partir de 2017, le résultat d'exploitation cumulé de l'ensemble des chaînes du groupe est redevenu positif (69,9 M€ en 2017 et 66,1 M€ en 2018), grâce à une progression du chiffre d'affaires de 2 % en 2017 et de 3 % en 2018. De plus, à l'exception de LCI encore déficitaire, toutes les chaînes gratuites du groupe présentent en 2018 des résultats d'exploitation positifs, y compris TF1 Séries Films et cela pour la première fois depuis sa création.

Cependant, les deux étapes de ce redressement ne sont pas de même nature : en 2017, l'amélioration de la situation des chaînes du groupe reposait sur une progression du chiffre d'affaires publicitaire des chaînes de complément du groupe (+61,3 M€) et sur une maîtrise des charges d'exploitation (-61,7 M€).

En revanche, en 2018, l'augmentation du chiffre d'affaires total réalisé par les chaînes du groupe (+3 %, soit +47 M€) ne provient que de façon marginale de l'augmentation du chiffre d'affaires publicitaire (+18,8 M€ ⁽¹⁵⁾). Elle trouve sa source dans les nouvelles recettes de distribution des chaînes éditées par TF1 et de leurs services associés ⁽¹⁶⁾.

Le montant précis de ces nouvelles recettes affecté à la chaîne TF1 n'est pas indiqué dans les éléments financiers de TF1 SA. Cependant, les comptes de résultats des autres chaînes gratuites éditées par le groupe font apparaître des recettes de distribution.

⁽¹⁰⁾ Rappel : cette analyse par groupe est effectuée en ne prenant en compte que les principaux indicateurs de chacune des chaînes gratuites éditées par chacun de ces groupes. Elle ne retrace donc que l'activité d'édition de chaînes gratuites des groupes étudiés. Elle n'est donc pas comparable aux comptes consolidés par groupe qui sont édités chaque année par les principaux groupes audiovisuels français.

⁽¹¹⁾ Source : Comptes sociaux 2018 de France Télévisions SA.

⁽¹²⁾ Les comptes annuels retenus dans cette étude pour France Télévisions ne sont pas les comptes consolidés du groupe mais les comptes sociaux de France Télévisions SA.

⁽¹³⁾ Le résultat d'exploitation de France Télévisions SA s'élevait à -87,4 M€ en 2013, à -80,9 M€ en 2014 et à -60,1 M€ en 2015.

⁽¹⁴⁾ Le rapport de gestion 2018 de France Télévisions précise que « cette dotation est de 142,6 M€ avant prise en compte de la diminution liée à l'indemnité de départ en retraite associée de 49,7 M€ ».

⁽¹⁵⁾ En 2018, la part d'audience agrégée du groupe est en diminution de 0,4 % par rapport à 2017.

⁽¹⁶⁾ Dans son rapport financier annuel 2018, le groupe TF1 indique « une progression à périmètre constant de 40 M€ sur un an (du chiffre d'affaires), résultant sur le segment des Antennes, des accords signés, au cours de l'année 2018, avec l'ensemble des opérateurs télécoms et de la bonne performance du chiffre d'affaires publicitaire télévision et digital ».

AUGMENTATION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES CHÂÎNES M6 MALGRÉ UNE STAGNATION DES RECETTES PUBLICITAIRES

Le chiffre d'affaires des chaînes du groupe M6 enregistre une hausse de 32,4 M€ (+4 %), alors même que leurs recettes publicitaires n'augmentent que de 3,9 M€ ⁽¹⁷⁾. Cette augmentation est principalement due à l'augmentation des recettes diverses de la chaîne M6, à hauteur de 28,5 M€, et à l'augmentation du chiffre d'affaires publicitaire des chaînes W9 et 6ter.

Cette hausse du chiffre d'affaires a notamment permis au groupe d'absorber une hausse de 76,6 M€ de ses charges d'exploitation (+9 %) sans que le résultat d'exploitation n'en soit affecté, ce dernier restant au même niveau que celui enregistré en 2017 (126,2 M€). En revanche, le résultat net total des chaînes du groupe est en forte progression (+41,1 M€ soit +30 %). Toutes les chaînes du groupe sont excédentaires, y compris W9 qui, depuis 2015, était redevenue déficitaire.

DÉGRADATION DE LA SITUATION ÉCONOMIQUE DES CHÂÎNES ÉDITÉES PAR GCP

À l'opposé des chaînes des groupes TF1 et M6, les trois chaînes gratuites éditées par le groupe Canal Plus sont déficitaires. Accusant une nouvelle baisse de son chiffre d'affaires en 2018, C8 reste, parmi toutes les chaînes gratuites, celle présentant le résultat d'exploitation le plus lourdement déficitaire.

Cependant, le déficit de chacune des chaînes diminue en 2018, malgré un chiffre d'affaires publicitaire en baisse de 4 %, conséquence de la perte de près de 6 % de la part d'audience agrégée des chaînes gratuites du groupe. L'amélioration des résultats d'exploitation de ces chaînes tient donc à la maîtrise des charges d'exploitation qui globalement diminuent de 12 % par rapport à 2017.

DÉGRADATION DE LA RENTABILITÉ DES CHÂÎNES DU GROUPE NEXTRADIO TV

Les chaînes du groupe NextRadioTV enregistrent en 2018 une dégradation de leurs résultats : alors que l'activité d'édition de chaînes gratuites du groupe était excédentaire en 2017 (+6,4 M€), elle présente un déficit de 3,8 M€ en 2018. La forte hausse des charges d'exploitation n'a pas pu être compensée par une hausse équivalente des recettes publicitaires, malgré une augmentation des audiences de RMC Story et de RMC Découverte. BFM TV voit ses recettes publicitaires stagner, ses audiences légèrement régresser, et son résultat d'exploitation diminuer alors qu'il avait doublé en 2017. Cependant, cette chaîne reste, avec TMC, parmi les chaînes gratuites les plus rentables (hors chaînes historiques).

RELATIVE AMÉLIORATION DE LA SITUATION DES CHÂÎNES ÉDITÉES PAR LE GROUPE NRJ

Malgré une nouvelle baisse des audiences de NRJ 12 et de la stagnation de celles de Chérie 25, le chiffre d'affaires de ces chaînes croît légèrement en 2018 (+4 %). Celui de NRJ 12, en diminution constante depuis 2014, inverse la tendance et augmente en 2018. Leur déficit se réduit cependant, notamment grâce à une baisse des charges d'exploitation.

CHIFFRE D'AFFAIRES, CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE, PAR GROUPE, RÉALISÉS DANS L'ÉDITION DE CHÂÎNES GRATUITES EN 2018

GROUPES CHÂÎNES ÉDITÉES	CHIFFRE D'AFFAIRES				CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE			
	2017 (en M€)	2018 (en M€)	Évolution 2018/2017 (en %)	Part du total en 2018 (en %)	2017 Rappel (en M€)	2018 (en M€)	Évolution 2018/2017 (en %)	Part du total en 2018 (en %)
Total chaînes groupe France Télévisions F2, F3, F4, F5, FO, Finfo:	3 004,4	3 005,5	0 %	52 %	351,9	351,1	0 %	12 %
Total chaînes groupe TF1 TF1, TMC, TFX, TF1 Séries Films, LCI	1 437,9	1 484,9	3 %	26 %	1 399,3	1 418,1	1 %	47 %
Total chaînes groupe M6 M6, W9, 6ter	815,1	847,5	4 %	15 %	808,4	812,3	0 %	27 %
Total chaînes groupe Canal+ C8, CStar, CNews	176,8	175,9	0 %	3 %	148,0	142,2	-4 %	5 %
Total chaînes groupe NextRadioTV BFM TV, RMC Story, RMC Découverte	144,2	151,4	5 %	3 %	138,5	147,5	7 %	5 %
Total chaînes NRJ Group NRJ 12, Chérie 25	67,9	70,7	4 %	1 %	67,9	70,7	4 %	2 %
Autres chaînes Gulli, La Chaîne L'Équipe	72,9	77,7	7 %	1 %	63,2	68,7	20 %	2 %
TOTAL CHÂÎNES GRATUITES	5 719,2	5 813,7	1,7 %	100 %	2 977,2	3 010,6	1 %	100 %

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

⁽¹⁷⁾ En 2018, la part d'audience agrégée du groupe est en diminution de 3,6 % par rapport à 2017.

RÉSULTAT D'EXPLOITATION ET RÉSULTAT NET PAR GROUPE RÉALISÉS DANS L'ÉDITION DE CHÂÎNES GRATUITES EN 2018

GROUPE CHÂÎNES ÉTUDIÉES	RÉSULTAT D'EXPLOITATION			RÉSULTAT NET		
	2017 (en M€)	2018 (en M€)	Évolution 2018/2017 (en %)	2017 (en M€)	2018 (en M€)	Évolution 2018/2017 (en %)
Total chaînes groupe France Télévisions F2, F3, F4, F5, FO, Finfo	-31,3	-32,7	4 %	-21,0	-127,8	509 %
Total chaînes groupe TF1 TF1, TMC, TFX, TF1 Séries Films, LCI	69,9	66,1	-5 %	117,9	88,9	-25 %
Total chaînes groupe M6 M6, W9, 6ter	125,6	126,2	0 %	135,7	176,8	30 %
Total chaînes groupe Canal Plus C8, CStar, CNews	-91,3	-69,0	-24 %	-97,0	-18,9	-81 %
Total chaînes groupe NextRadioTV BFM TV, RMC Story, RMC Découverte	6,4	-3,8	-160 %	-5,8	-17,8	210 %
Total chaînes NRJ Group NRJ 12, Chérie 25	-44,4	-35,5	-20 %	-44,4	-36,2	-18 %
Autres chaînes Gulli, La Chaîne L'Équipe	-5,8	-2,6	-55 %	-6,9	-4,2	-39 %
TOTAL CHÂÎNES GRATUITES	29,0	48,6	68 %	78,6	60,8	-23 %

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

PART D'AUDIENCE AGRÉGÉE PAR GROUPE EN 2018 (en %)

GROUPE CHÂÎNES ÉTUDIÉES	Part d'audience agrégée 2017	Part d'audience agrégée 2018	Évolution 2018/2017 (en %)
Total chaînes groupe France Télévisions F2, F3, F4, F5, FO, Finfo:	28,1	28,4	1,1 %
Total chaînes groupe TF1	27,7	27,6	-0,4 %
TF1	20,0	20,2	1,0 %
TMC	3,2	3,0	-6,3 %
TFX	2,0	1,9	-5,0 %
TF1 Séries Films	1,9	1,8	-5,3 %
LCI	0,6	0,7	16,7 %
Total chaînes groupe M6	13,8	13,3	-3,6 %
M6	9,5	9,1	-4,2 %
W9	2,6	2,6	0,0 %
6ter	1,7	1,6	-5,9 %
Total chaînes groupe Canal+	5,1	4,8	-5,9 %
C8	3,3	3,0	-9,1 %
CStar	1,2	1,1	-8,3 %
CNews	0,6	0,7	16,7 %
Total chaînes groupe NextRadioTV	6,0	6,2	3,3 %
BFM TV	2,7	2,6	-3,7 %
RMC Découverte	2,1	2,2	4,8 %
RMC Story	1,2	1,4	16,7 %
Total chaînes NRJ Group	2,7	2,6	-3,7 %
NRJ 12	1,6	1,5	-6,3 %
Chérie 25	1,1	1,1	0,0 %
Autres chaînes	2,7	2,9	7,4 %
Gulli	1,6	1,7	6,2 %
La Chaîne L'Équipe	1,1	1,2	9,1 %
TOTAL CHÂÎNES GRATUITES	86,1	85,8	-0,3 %

Source : Médiamétrie, part d'audience 4 ans et+. Ce tableau contient des arrondis.

CHARGES D'EXPLOITATION, PAR GROUPE, DES CHAÎNES GRATUITES EN 2018

GROUPES CHAÎNES ÉTUDIÉES	CHARGES D'EXPLOITATION			
	2017 (en M€)	2018 (en M€)	Évolution 2018/2017 (en %)	Évolution (en M€)
Groupe France Télévisions <i>F2, F3, F4, F5, FO, Finfo:</i>	4 205,1	4 177,9	-1 %	-27,2
Groupe TF1 <i>TF1, TMC, TFX, TF1 Séries Films, LCI</i>	1 507,5	1 569,5	4 %	62,0
Groupe M6 <i>M6, W9, 6ter</i>	833,8	910,4	9 %	76,6
Groupe Canal+ <i>C8, CStar, CNews</i>	285,9	252,4	-12 %	-33,5
Groupe NextRadioTV <i>BFM TV, RMC Story, RMC Découverte</i>	138,8	155,5	12 %	16,7
NRJ Group <i>NRJ12, Chérie 25</i>	116,1	110,3	-5 %	-5,8
Autres chaînes <i>Gulli, La Chaîne L'Équipe</i>	78,9	80,4	2 %	1,5
TOTAL CHAÎNES GRATUITES	7 166,1	7 256,3	1 %	90,2

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

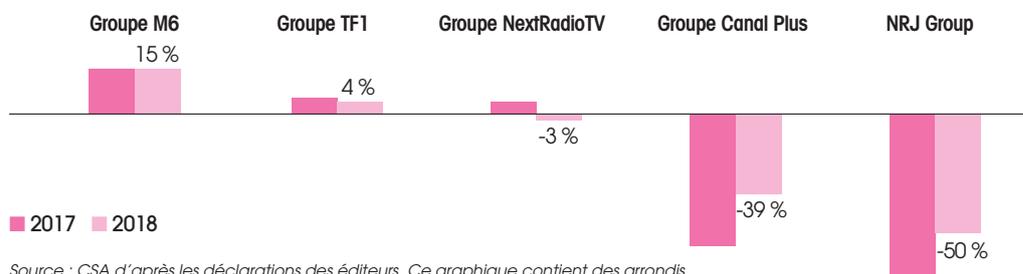
FAIBLE TAUX DE RENTABILITÉ DE L'ACTIVITÉ D'ÉDITION DE CHAÎNES GRATUITES DES GROUPES AUDIOVISUELS

Le taux de rentabilité (rapport entre le résultat d'exploitation et le chiffre d'affaires réalisé dans l'édition de chaînes gratuites) des groupes audiovisuels dans l'édition de chaînes gratuites privées ressort à 3 % en 2018 (2 % en 2017).

L'activité d'édition de chaînes gratuites des groupes peut être regroupée en trois catégories :

- celle qui dégage un taux de rentabilité autour de 15 %, représentée par le groupe M6 ;
- celle qui dégage un taux de rentabilité positif mais relativement faible, autour de 5 % représentée par le groupe TF1 et le groupe NextRadioTV ;
- enfin, celle qui présente un taux de rentabilité très largement négatif représentée par le groupe Canal+ et NRJ Group.

TAUX DE RENTABILITÉ ⁽¹⁸⁾ DE L'ACTIVITÉ D'ÉDITION DE CHAÎNES GRATUITES DES GROUPES EN 2017 ET 2018



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

1.4 ANALYSE DE L'ÉVOLUTION DEPUIS 2006 DES GROUPES HISTORIQUES TF1 ET M6

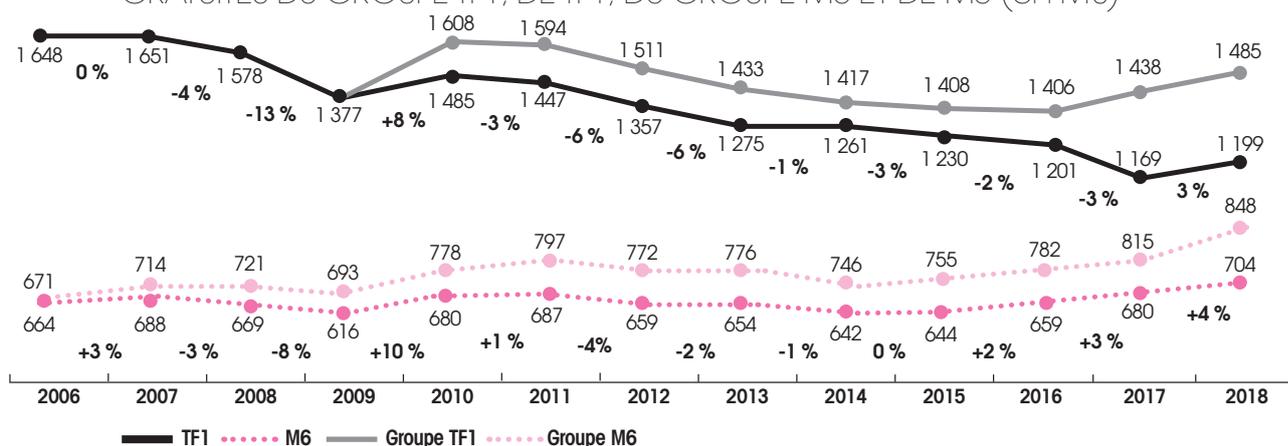
Depuis 2006, année charnière où l'offre de chaînes gratuites privées est passée de 2 (TF1 et M6) à 11 (lancement de 9 chaînes en 2005), la situation économique du groupe TF1 n'a cessé de se détériorer et cela jusqu'en 2016. L'élargissement de l'offre de chaînes gratuites de ce groupe (1 chaîne en 2006, 3 chaînes en 2010, 4 en 2013 et 5 en 2016) n'a pas compensé l'érosion des audiences, qui passent de 31,6 % de part d'audience pour la seule chaîne TF1 en 2006 à 27,6 % de Pda cumulée pour les cinq chaînes du groupe en 2018.

Après une baisse régulière depuis 2010 du chiffre d'affaires de TF1 ainsi que de celui, cumulé, de l'ensemble des chaînes éditées par le groupe TF1, un retournement de tendance semble s'être opéré en 2017 et se confirmer en 2018.

Parallèlement, la situation du groupe M6 a évolué selon une tendance différente, l'élargissement du nombre de chaînes gratuites éditées par ce groupe ayant permis une croissance constante de son chiffre d'affaires « édition ». De plus, le redressement du chiffre d'affaires de la chaîne M6 intervient dès 2015, après une période de baisse régulière de 2011 à 2014.

(18) Ce taux de rentabilité est le rapport entre le résultat d'exploitation et le chiffre d'affaires.

ÉVOLUTION DEPUIS 2006 DU CHIFFRE D'AFFAIRES DANS L'ÉDITION DE CHAÎNES GRATUITES DU GROUPE TF1, DE TF1, DU GROUPE M6 ET DE M6 (en M€)



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

2. BILAN FINANCIER DES CHAÎNES PAYANTES EN 2018

PÉRIMÈTRE DE L'ÉTUDE

Cette étude a été réalisée à partir des données financières extraites des bilans et comptes de résultats arrêtés au 31 décembre 2018 de 79 chaînes payantes (dont Les Chaînes Canal+) éditées par 41 sociétés⁽¹⁹⁾.

Est ici considérée comme chaîne payante tout service de télévision accessible uniquement par la souscription à un abonnement à une offre de télévision payante, que ce soit à une offre globale, couplée ou non avec d'autres services (internet, téléphonie, etc), ou à des services disponibles à l'unité. Seules les chaînes payantes conventionnées ou autorisées à vocation nationale diffusées en France métropolitaine en langue française sur une année entière sont retenues dans cette étude, quelle que soit leur plateforme de réception (TNT, satellite, câble, xDSL ou fibre)⁽²⁰⁾.

Ne sont pas incluses dans le périmètre de la présente étude les chaînes diffusées exclusivement sur internet, les chaînes temporaires ou à caractère événementiel, et TV5 Monde compte tenu de son statut particulier. Par ailleurs, ne sont pas comptabilisées les chaînes dont le chiffre d'affaires annuel est inférieur à 0,4 M€⁽²¹⁾.

Il convient enfin de noter que :

- quatre chaînes nouvellement créées ont été prises en compte dans ce bilan : CStar Hits France, Générations TV, Museum Channel et RT France ;
- sept chaînes qui ne sont plus diffusées ou conventionnées ne font plus partie du périmètre de cette étude : Africa 24, Ciné FX, Ciné Polar, Disney XD, Girondins TV, OLTV et QVC.

Conformément à leur engagement conventionnel, les sociétés éditant plusieurs chaînes fournissent au Conseil des éléments de comptabilité analytique distinguant chaque chaîne, nécessaires à la réalisation de cette étude.

Dix sociétés éditent plusieurs chaînes conventionnées :

Multithématiques (12 chaînes) : Ciné+ Premier, Ciné+ Emotion, Ciné+ Frisson, Ciné+ Classic, Ciné+ Famiz, Ciné+ Club, Comédie +, CStar Hits France, Ptiwi+, Télétoon+, Seasons et Polar+ ;

Mediawan Thematics (9 chaînes) : AB1, AutoMoto, Action, Animaux, Chasse et Pêche, Science & Vie TV, Trek, Mangas et Toute l'Histoire ;

Lagardère Thématiques (7 chaînes) : Canal J, Elle Girls, Tiji, MCM, MCM TOP, RFM TV et Virgin Radio TV ;

OCS (4 chaînes) : OCS Choc, OCS Max, OCS Géants et OCS City ;

Planète Câble (3 chaînes) : Planète+, Planète+ Crime et Investigation et Planète+ A&E ;

Trace TV (3 chaînes) : Trace Urban, Trace Africa et Trace Tropical ;

beIN SPORTS France (3 chaînes) : beIN SPORTS 1, beIN SPORTS 2 et beIN SPORTS 3 ;

Société d'édition de Canal Plus (2 chaînes) : Les Chaînes Canal+⁽²²⁾ et Infosport ;

Game One SAS (2 chaînes) : Game One et J-One ;

Home Shopping Service (2 chaînes) : M6 Boutique et Best of Shopping ;

SPORCOTV : (2 chaînes) : RMC Sport 1 et RMC Sport 3.

⁽¹⁹⁾ Les comptes de résultat ne permettent pas d'isoler l'activité réalisée hors France des chaînes étudiées.

⁽²⁰⁾ La liste des chaînes retenues dans ce bilan figure en annexe 1.

⁽²¹⁾ Par convention, et cela depuis la première édition de cette étude.

⁽²²⁾ L'appellation « les chaînes Canal+ » regroupe les services suivants : Canal+, Canal+ Cinéma, Canal+ Sport, Canal+ Family, Canal+ Séries et Canal+ Décalé. Elles sont comptabilisées comme une seule chaîne, puisque juridiquement elles n'ont qu'une convention avec le CSA et bénéficient du statut de chaîne à programmation multiple.

PÉRIMÈTRE DES SERVICES PAYANTS RETENUS DANS L'ÉTUDE

CHAÎNES CONVENTIONNÉES				CHAÎNES AUTORISÉES
13 ^{ÈME} RUE	COMÉDIE+	MANGAS	RMC SPORT NEWS	CANAL+*
AB1	CSTAR HITS FRANCE	MCM	RMC SPORT 1	PARIS PREMIÈRE
ACTION	DEMAIN	MCM TOP	RMC SPORT 2	PLANÈTE+
ANIMAUX	DISNEY CHANNEL	MELODY TV	RMC SPORT 3	
AUTOMOTO	ELLE GIRLS	MEZZO	RT FRANCE	
BFM BUSINESS	ENCYCLO	MUSEUM CHANNEL	SEASONS	
BEINSPORTS 1	EQUIDIA	MY ZEN TV	SÉRIE CLUB	
BEIN SPORTS 2	ESCALES	NON STOP PEOPLE	TELESUD	
BEIN SPORTS 3	EURONEWS	NRJ HITS	TÉLÉTOON+	
BERBÈRE TV	EUROSPORT	ONZEO	TÉVA	
BEST OF SHOPPING	GAME ONE	OCS CHOC	TIJI	
CANAL J	GÉNÉRATIONS TV	OCS GÉANTS	TOUTE L'HISTOIRE	
CHASSE ET PÊCHE	HISTOIRE	OCS MAX	TRACE AFRICA	
CINÉ+ CLUB	INFOSPORT+	OCS CITY	TRACE URBAN	
CINÉ+ CLASSICS	J ONE	PIWI+	TRACE TROPICAL	
CINÉ+ EMOTION	KTO	PLANÈTE+ CRIME ET INVESTIGATION	TV BREIZH	
CINÉ+ FAMIZ	LA CHAÎNE MÉTÉO	POLAR+	USHUAÏA TV	
CINÉ+ FRISSON	M6 BOUTIQUE AND CO	PLANÈTE+ A&E	VIRGIN RADIO TV	
CINÉ+ PREMIER	M6 MUSIC	RFM TV	VOYAGE	
76 CHAÎNES				3 CHAÎNES
79 CHAÎNES				

Source : CSA.

* L'autorisation donnée à Canal+ pour une diffusion sur la TNT payante concerne trois chaînes : Canal+ Premium, Canal+ Cinéma et Canal+ Sport.

2.1 ANALYSE SYNTHÉTIQUE DES ÉVOLUTIONS CONSTATÉES EN 2018

AMÉLIORATION DE L'ÉCONOMIE DES CHAÎNES PAYANTES EN 2018

Le chiffre d'affaires de l'ensemble des 79 chaînes payantes étudiées s'établit en 2018 à 2 869,6 M€, en augmentation de 1 % (+15,4 M€), après trois années de baisse (-6 % en 2015, -1 % en 2016 et -2 % en 2017). Ce retournement de tendance s'explique par la hausse de 57,4 M€ du chiffre d'affaires des chaînes payantes (hors les chaînes Canal+), qui compense la baisse de 42 M€ du chiffre d'affaires des chaînes Canal+ (soit -3 %), lequel s'établit en 2018 à 1 502 M€. Le poids des chaînes Canal+ dans l'économie globale des chaînes payantes reste toujours prépondérant : leur chiffre d'affaires représente 52 % du total du chiffre d'affaires réalisé par l'ensemble des chaînes payantes étudiées.

CHIFFRE D'AFFAIRES DES CHAÎNES PAYANTES EN 2018 (en M€)

CHAÎNES	CA 2017 (en M€) (80 chaînes)	CA 2018 (en M€) (79 chaînes)	Évolution 2018/2017 (en %)	Évolution en valeur (en M€)	Part du total (en %)
Les chaînes Canal+	1 544,0	1 502,0	-3 %	-42,0	52 %
Autres chaînes payantes	1 310,2	1 367,6	4 %	57,4	48 %
TOTAL	2 854,2	2 869,6	1 %	15,4	100 %

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

Le total des résultats d'exploitation de ces chaînes reste négatif à -39,8 M€. Toutefois, alors qu'il atteignait un niveau record de -186 M€ en 2016 ⁽²³⁾, ce déficit se réduit nettement depuis deux ans.

En 2018, l'amélioration observée s'explique entre autres par le doublement du résultat d'exploitation des chaînes Canal+, dû notamment à une réduction de 8 % des charges d'exploitation (soit -142 M€), et par une réduction assez marquée du déficit des autres chaînes payantes.

⁽²³⁾ Depuis la première édition de cette étude (2004), le résultat d'exploitation de l'ensemble des chaînes payantes n'avait jamais atteint un déficit aussi prononcé que celui observé en 2016.

RÉSULTAT D'EXPLOITATION DES CHAÎNES PAYANTES EN 2018⁽²⁴⁾ (en M€)

CHAÎNES	Résultat d'exploitation 2017 (en M€) (81 chaînes)	Résultat d'exploitation 2018 (en M€) (79 chaînes)	Évolution en valeur (en M€)	Évolution 2017-2018 (en %)
Les chaînes Canal+	7,0	15,0	8,0	114 %
Autres chaînes payantes	-82,6	-54,8	27,8	-34 %
TOTAL	-75,6	-39,8	35,8	-47 %

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

2.2 ANALYSE DE L'ÉVOLUTION ÉCONOMIQUE DES CHAÎNES PAYANTES DEPUIS 10 ANS

Depuis 2012, le chiffre d'affaires cumulé des chaînes payantes est en diminution. Cette tendance s'explique par la diminution régulière, depuis 2013, du chiffre d'affaires des chaînes Canal+ (-4 % en 2014 et en 2016, -5 % en 2017, -3 % en 2018), soit une baisse de 439 M€ sur la période. Depuis 2013, le chiffre d'affaires des chaînes Canal+ a ainsi diminué de 20 %.

Parallèlement, la situation économique des chaînes payantes, prises globalement, retient toujours l'attention : depuis 2009, elles n'ont été globalement bénéficiaires que deux années (2011 et 2012). Elles cumulent au global un fort déficit depuis 2013, année du lancement des chaînes beIN SPORTS, qui présentent, année après année, des déficits d'exploitation qui se résorbent mais restent importants.

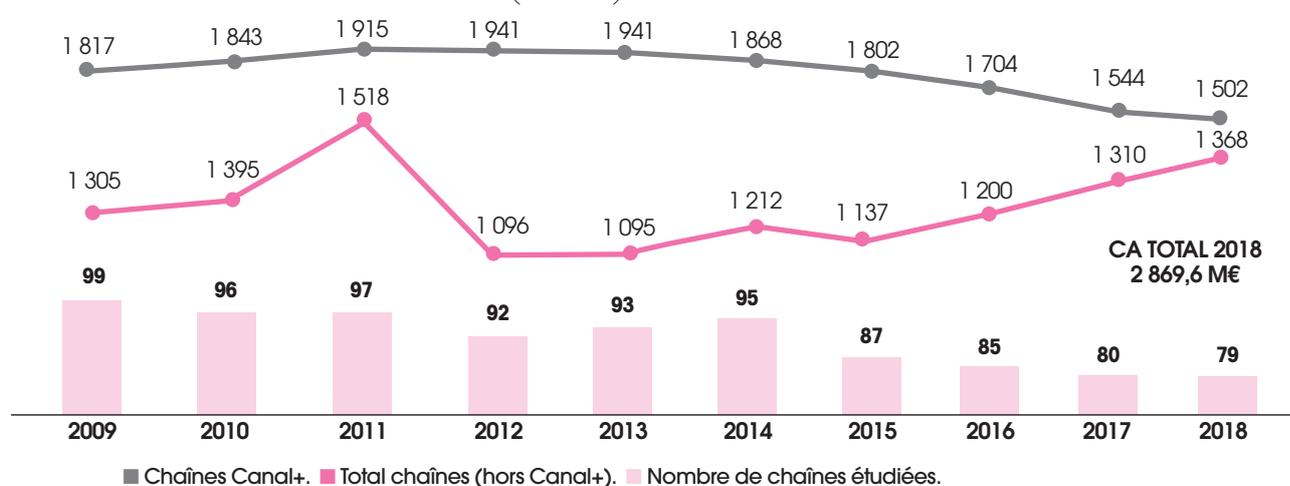
ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES ET DU RÉSULTAT D'EXPLOITATION DE L'ENSEMBLE DES CHAÎNES PAYANTES (en M€)



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

Une analyse par agrégat de chaînes permet de mesurer le poids important des chaînes Canal+.

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES CHAÎNES PAYANTES PAR AGRÉGAT DE CHAÎNES (en M€)



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

⁽²⁴⁾ Remarque de présentation valant pour l'ensemble du document : une évolution entre 2018 et 2017, dont le taux est négatif en pourcentage entre deux situations déficitaires, traduit une amélioration de la situation en 2018 (qui reste toutefois déficitaire).

La croissance du chiffre d'affaires des chaînes payantes (hors les chaînes Canal+) est portée par le chiffre d'affaires des chaînes beIN SPORTS en augmentation de 12 % par rapport à 2017.

Cependant, et cela pour la deuxième année consécutive, le chiffre d'affaires des chaînes payantes autres que les chaînes beIN SPORTS et les chaînes Canal+ augmente également (+4 %). Ce mouvement peut s'expliquer d'une part par le lancement de nouvelles chaînes en 2017 (notamment les deux chaînes sportives RMC Sport 1 et RMC Sport News) et en 2018 (notamment RT France) qui réalisent dès leur première année d'exploitation des chiffres d'affaires non négligeables.

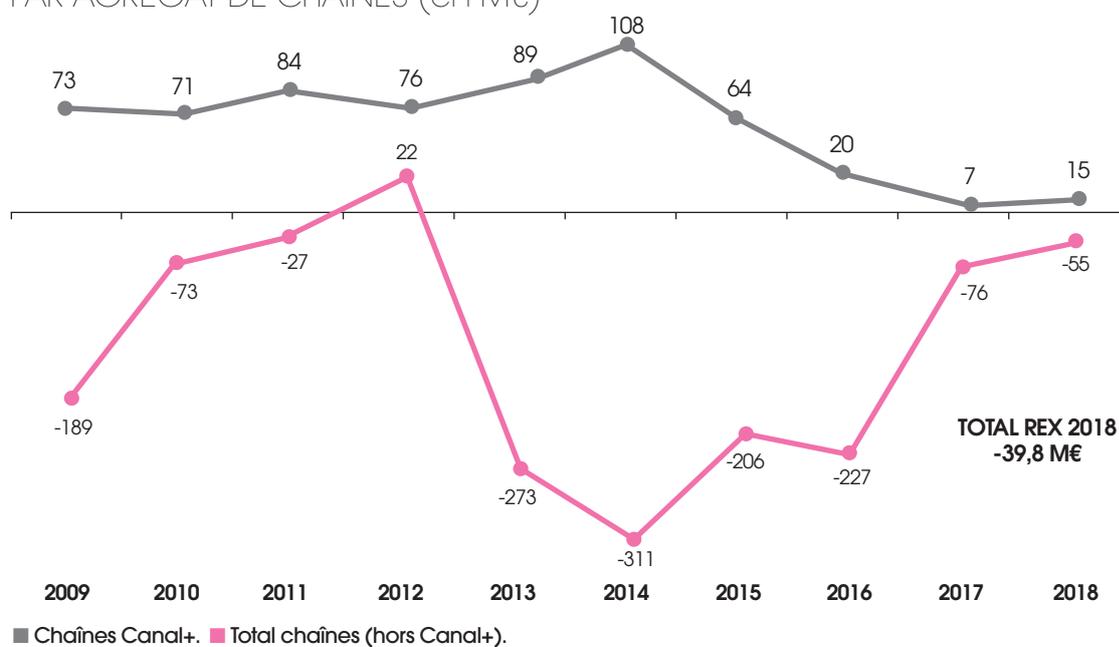
Cette augmentation du chiffre d'affaires des chaînes payantes s'accompagne parallèlement d'une diminution régulière du nombre de chaînes payantes. Une première vague de réduction du nombre de chaînes a été initiée par les groupes audiovisuels « historiques », TF1, M6 et GCP, avec la fermeture de huit chaînes ⁽²⁵⁾ en 2015. A partir de 2016, on assiste à une seconde vague de fermeture de chaînes pour raisons économiques, vague qui concerne plus particulièrement des chaînes non adossées à de grands groupes audiovisuels français ou internationaux et qui existaient pourtant depuis de nombreuses années ⁽²⁶⁾.

DES CHAÎNES PAYANTES GLOBALEMENT EXCÉDENTAIRES HORS LES CHAÎNES BEIN SPORTS

Les résultats d'exploitation cumulés des chaînes payantes, hors les chaînes beIN SPORTS, sont positifs depuis 2012. En effet :

- les chaînes Canal+ présentent un résultat d'exploitation toujours positif sur la période (15 M€ en 2018), bien qu'en nette diminution depuis 2015 ;
- les autres chaînes payantes présentent également un résultat d'exploitation cumulé positif depuis 2016 hors les chaînes beIN SPORTS, malgré les déficits importants et récurrents des chaînes OCS et Euronews.

ÉVOLUTION DU RÉSULTAT D'EXPLOITATION DES CHAÎNES PAYANTES PAR AGRÉGAT DE CHAÎNES (en M€)



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

La situation financière des chaînes payantes (hors les chaînes Canal+) s'est globalement améliorée depuis deux ans et elles sont de plus en plus nombreuses à être bénéficiaires. Ainsi, en 2018, 32 sociétés sur 40 présentent un résultat d'exploitation à l'équilibre, soit une large majorité (80 %).

AMÉLIORATION DEPUIS DEUX ANS DU RÉSULTAT NET DES CHAÎNES PAYANTES

Bien que toujours négatif, le résultat net cumulé de l'ensemble des chaînes payantes est également en nette amélioration depuis deux ans.

⁽²⁵⁾ Cuisine+, Jimmy, Maison+, Sport+, Planète Thalassa+, M6 Music Black, M6 Music Club et TF6.

⁽²⁶⁾ Ces chaînes étaient les suivantes : Campagne TV, Ciné FX, Ciné Polar, Girondins TV, Ma chaîne Etudiante, Montagne TV, Motors TV, No Life, OL TV, OM TV, Sport 365 et Vivolta. Par ailleurs, les chaînes Disney Junior et Disney XD ne sont plus conventionnées en France.

ÉVOLUTION DU RÉSULTAT NET DE L'ENSEMBLE DES CHAÎNES PAYANTES (en M€)



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

L'amélioration du résultat net cumulé des chaînes payantes en 2018 s'explique par une réduction marquée depuis deux ans du déficit des chaînes beIN SPORTS.

Parallèlement, le résultat net des chaînes Canal+ devient déficitaire (-17 M€) alors même que son résultat d'exploitation est positif. Cette situation est inédite⁽²⁷⁾.

ÉVOLUTION DU RÉSULTAT NET DES CHAÎNES PAYANTES PAR AGRÉGAT DE CHAÎNES (en M€)



■ Chaînes Canal+. ■ Toutes chaînes (hors Canal+).

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

2.3 ANALYSE DE LA COMPOSITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES CHAÎNES PAYANTES

La répartition du chiffre d'affaires total des chaînes payantes par type de recettes ne connaît pas d'évolution notable en 2018. Les recettes de distribution représentent toujours plus de 85 % du chiffre d'affaires total.

STABILITÉ DES RECETTES DE DISTRIBUTION

Les recettes de distribution de l'ensemble des chaînes payantes sont quasiment stables en 2018.

Les recettes de distribution des chaînes Canal+ diminuent en 2018 (-2 %) mais de façon moins prononcée que les années précédentes (-5 % en 2016 et -7 % en 2017). Le rapport annuel 2018 de Vivendi précise que « le portefeuille d'abonnés individuels à la chaîne Canal+ enregistre une croissance nette de 251 000 abonnés sur les 12 derniers mois »⁽²⁸⁾.

Les recettes distributeurs des autres chaînes payantes sont en légère augmentation en 2018 par rapport à 2017 (+1 % soit +10,6 M€) après deux années de hausses significatives (+7 % en 2016 soit +63 M€ et +14 % en 2017 soit +126 M€).

Cette croissance modérée en 2018 s'explique par la hausse des recettes de distribution des chaînes beIN SPORTS plus faible cependant que les années précédentes, et par la sortie du périmètre de cette étude des chaînes Disney Junior et Disney XD, désormais éditées au Royaume-Uni.

DES RECETTES PUBLICITAIRES FAIBLES MAIS EN AUGMENTATION

Les recettes publicitaires des chaînes payantes sont en augmentation en 2018 et cela pour la première fois depuis 2011. Cette progression s'explique par un double mouvement favorable :

- les recettes publicitaires des chaînes Canal+ augmentent en 2018 après de très fortes baisses observées depuis trois ans ;
- les recettes publicitaires de l'ensemble des autres chaînes payantes augmentent de 18,2 M€ (soit +15 %). Une augmentation de 4 % (soit +5 M€) avait déjà été observée en 2017. La progression du chiffre d'affaires publicitaire en 2018

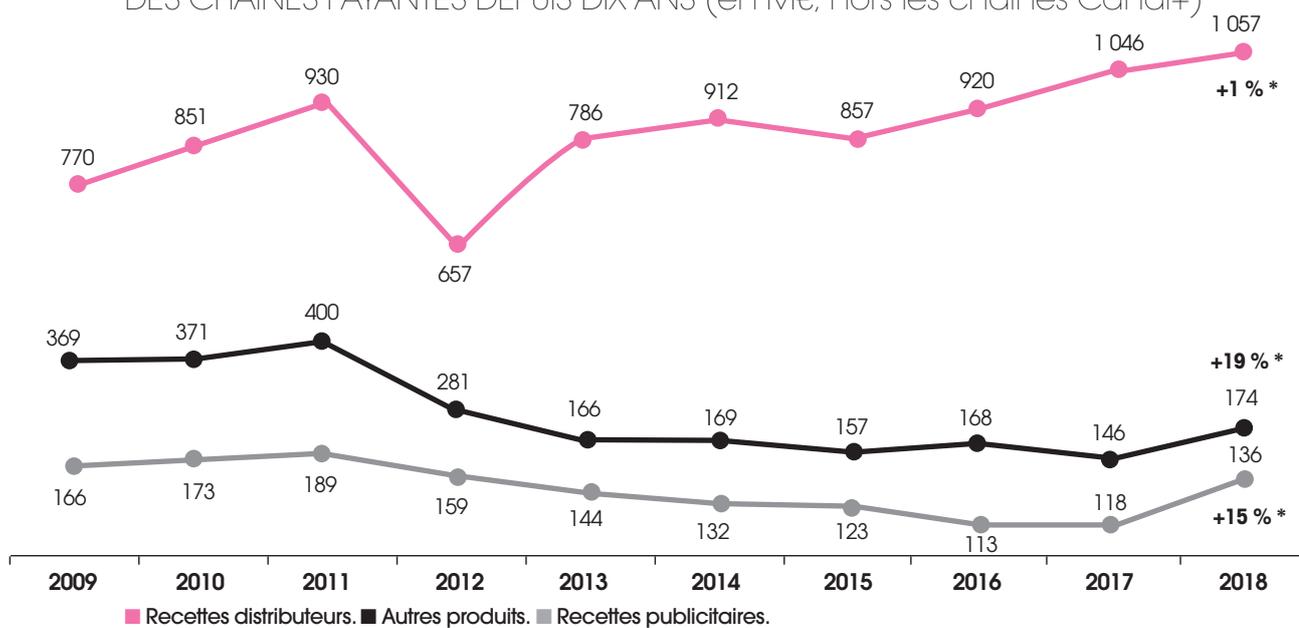
⁽²⁷⁾ Depuis la première édition de cette étude (2004), le résultat net des Chaînes Canal+ n'avait jamais été négatif.

⁽²⁸⁾ Cf. rapport financier de l'exercice annuel 2018 de Vivendi (p. 209).

s'explique notamment par l'augmentation significative depuis deux ans des recettes publicitaires des chaînes BFM Business TV, RMC Sport 1 et 2 mais aussi de la chaîne TV Breizh et des chaînes éditées par Lagardère Thématiques. Parallèlement, les recettes publicitaires des chaînes beIN SPORTS sont en constante augmentation depuis leur création. À l'inverse, même si une dizaine de chaînes enregistrent une baisse de leurs recettes publicitaires, ces baisses ne sont individuellement que peu significatives à l'exception de celles enregistrées par la société Disney Channel et les chaînes 13^{ème} Rue et Equidia.

Les investissements publicitaires restent, comme les années précédentes, concentrés sur un petit nombre de sociétés. Trois chaînes ou groupes de chaînes (Euronews, beIN SPORTS et Téva) concentrent ainsi 45 % du total des ressources publicitaires en 2018 (soit 61,6 M€).

ÉVOLUTION DES DIFFÉRENTES COMPOSANTES DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES CHAÎNES PAYANTES DEPUIS DIX ANS (en M€, hors les chaînes Canal+)



Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis.
* Evolutions entre 2017 et 2018.

2.4 RÉPARTITION DES CHAÎNES PAYANTES PAR CHIFFRE D'AFFAIRES

Les sociétés éditrices des chaînes beIN SPORTS, OCS et Ciné+ concentrent une part importante des revenus des chaînes payantes : elles réalisent à elles trois près de la moitié du chiffre d'affaires total des chaînes payantes (hors les chaînes Canal+). Les chaînes beIN SPORTS réalisent plus du tiers du chiffre d'affaires des chaînes payantes (hors les chaînes Canal+).

La répartition des sociétés éditrices de chaînes payantes classées selon le chiffre d'affaires est présentée dans le tableau ci-dessous.

SOCIÉTÉS ÉDITRICES DES CHAÎNES PAYANTES CLASSÉES SELON LE CHIFFRE D'AFFAIRES (CA) RÉALISÉ EN 2018

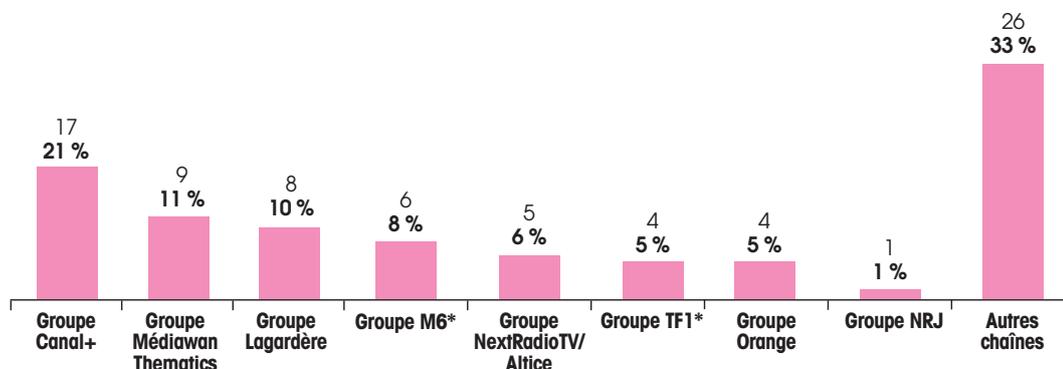
CA ≤ 5 M€	5 M€ ≤ CA < 15 M€	15 M€ ≤ CA < 40 M€	40 M€ ≤ CA < 80 M€	CA ≥ 80 M€
Berbère TV BFM Business TV Demain Génération TV KTO M6 Music Museum Channel Mélody My Zen TV Non Stop People NRJ Hits Onzéo	Histoire La Chaîne Météo Mezzo RMC Sport 1 RMC Sport News Série Club Ushuaïa TV Voyage	13 ^{ème} Rue Best of Shopping/M6 Boutique Disney Channel Equidia Game One/J One (2 chaînes) Paris Première Planète Câble SA RMC Sport 2 RT France SportscoTV (RMC Sport 1 et 3) Téva Trace TV (3 chaînes) TV Breizh	AB Thématiques (9 chaînes) Euronews Eurosport Lagardère Thématiques (7 chaînes)	beIN SPORTS (3 chaînes) MultiThématiques (12 chaînes) OCS (4 chaînes)

Source : CSA, d'après les déclarations des éditeurs.

2.5 ANALYSE DE L'ÉCONOMIE DES CHÂÎNES PAYANTES PAR GROUPE ⁽²⁹⁾

Sur les 79 chaînes payantes étudiées, 53 sont éditées par des groupes audiovisuels français (soit 67 %).

NOMBRE DE CHÂÎNES PAYANTES ÉDITÉES PAR GROUPE EN 2018
ET PART RELATIVE DU CHIFFRE D'AFFAIRES SUR LE TOTAL DES CHÂÎNES PAYANTES



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

* La chaîne Série Club est détenue à parité par les groupes TF1 et M6. Elle a été comptabilisée pour chacun de ses groupes comme une chaîne supplémentaire, ce qui explique le total de 80 chaînes dans ce graphique.

RECUL DES CHIFFRES D'AFFAIRES RÉALISÉS DANS L'ÉDITION DE CHÂÎNES PAYANTES DES PRINCIPAUX GROUPES AUDIOVISUELS

Le Groupe Canal Plus (GCP) demeure le premier acteur sur le marché de l'édition de chaînes payantes : le chiffre d'affaires cumulé des chaînes payantes qu'il édite représente encore 58 % du total, même si son poids diminue depuis quelques années ⁽³⁰⁾.

En effet, le chiffre d'affaires des chaînes Canal+ ⁽³¹⁾ et des 16 chaînes thématiques ⁽³²⁾ que le groupe GCP édite également baisse depuis quelques années. En 2018, cette baisse est de 3 %. Elle est toutefois moins prononcée que celle des années précédentes (-8 % en 2017 et -6 % en 2016).

On assiste également à une légère érosion des chiffres d'affaires réalisés dans l'édition de chaînes payantes des groupes Lagardère (-1,8 M€), TF1 (-1 M€), M6 (-1,3 M€) et Médiawan Thematics ⁽³³⁾ (-2,7 M€). Pour ces deux derniers groupes, le repli du chiffre d'affaires s'explique notamment par l'arrêt de la chaîne du groupe M6 Gironde TV et des chaînes cinéma du groupe Médiawan Thematics, Ciné FX et Ciné Polar.

Les chiffres d'affaires des groupes Orange, NRJ Group et NextRadioTV restent stables.

En revanche, le chiffre d'affaires de l'agrégat « autres chaînes » croît de 9 % en 2018 (+65,7 M€). Cette croissance est plus particulièrement portée par trois sociétés, beIN SPORTS, Euronews et RT France, nouvellement intégrées dans le panel des chaînes étudiées. Parallèlement, on assiste en 2018 à la baisse très importante du chiffre d'affaires de la société Disney, qui ne compte désormais plus qu'une chaîne établie en France.

⁽²⁹⁾ Il s'agit du cumul des résultats des chaînes éditées par un groupe audiovisuel donné. Cette analyse par groupe ne retrace donc que l'activité d'édition de chaînes payantes éditées par chacun de ces groupes. Elle n'est donc pas comparable aux comptes consolidés par groupe qui sont édités chaque année par les principaux groupes audiovisuels français. Les chaînes n'appartenant pas aux groupes audiovisuels mentionnés sont regroupées dans la catégorie « autres chaînes ».

⁽³⁰⁾ Pour mémoire, en 2012, la part du total des chiffres d'affaires réalisés par GCP dans l'édition de chaînes payantes sur le total des chiffres d'affaires des chaînes payantes était de 76 %.

⁽³¹⁾ Rappel : l'appellation « Les Chaînes Canal+ » regroupe les services suivants : Canal+, Canal+ Cinéma, Canal+ Sport, Canal+ Family, Canal+ Séries et Canal+ Décalé. Elles sont comptabilisées comme une seule chaîne, puisque juridiquement elles n'ont qu'une convention avec le CSA et bénéficient du statut de chaîne à programmation multiple.

⁽³²⁾ Ces 16 chaînes sont éditées par deux sociétés : Multithématiques et Planète Câble.

⁽³³⁾ Le groupe Médiawan a acquis le groupe AB en mars 2017.

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES CHAÎNES PAYANTES VENTILÉ PAR GROUPE EN 2018 (avec et sans les chaînes Canal+, en M€)

GROUPES	CHAÎNES	CHIFFRE D'AFFAIRES 2017 (en M€)	CHIFFRE D'AFFAIRES 2018 (en M€)	ÉVOLUTION 2018/2017 (en %)	SANS LES CHAÎNES CANAL+ PART DE CHAQUE GROUPE DANS LE CA TOTAL	AVEC LES CHAÎNES CANAL+ PART DE CHAQUE GROUPE DANS LE CA TOTAL
LES CHAÎNES CANAL+	Canal+, Canal+ Cinéma, Canal+ Sport, Canal+ Family, Canal+ Séries, Canal+ Décalé	1 544,0	1 502,0	-3 %		52 %
CHAÎNES THÉMATIQUES DU GROUPE CANAL+	Ciné+ Premier, Ciné+ Club, Ciné+ Emotion, Ciné+ Frisson, Ciné+ Famiz, Ciné+ Classic, Comédie+, CStar Hits France, Infosport+, Pivi+, Planète+, Planète+ Crime et Investigation, Planète+ A&E, Polar+, Seasons, Télétoon+	172,5	170,5	-1 %	12 %	6 %
TOTAL GROUPE CANAL+		1 716,5	1 672,5	-3 %		58 %
ORANGE	Orange Cinéma Choc, Orange Cinéma Géants, Orange Cinéma Happy, Orange Cinéma Max	95,5	95,5	0 %	7 %	3 %
M6	Best of Shopping, M6 Boutique and Co, M6 Music, Paris Première, Téva, Série Club*	90,4	89,1	-1 %	7 %	3 %
NEXTRADIOTV/ALTICE	RMC Sport 1, 2, 3, RMC Sport News, BFM Business	65,1	65,3	0 %	5 %	2 %
LAGARDÈRE	Canal J, Elle Girls, MCM, MCM Top, Mezzo, RFM TV, Tiji, Virgin Radio TV	60,6	58,8	-3 %	4 %	2 %
MEDIAWAN THEMATICS	AB1, AutoMoto, Action, Animaux, Chasse et Pêche, Mangas, Sciences et Vie TV, Toute L'Histoire, Trek	49,3	46,6	-5 %	3 %	2 %
TF1	Histoire, TV Breizh, Ushuaïa TV, Série Club*	36,9	35,9	-3 %	3 %	1 %
AUTRES CHAÎNES	13 ^{ème} Rue, belN SPORTS 1, 2, 3, Berbère TV, Demain, Disney Channel, Equidia, Euronews, Eurosport, Game One, Générations TV, J-One, KTO, La Chaîne Météo, Melody, Museum Channel, My Zen TV, Non Stop People, NRJ Hits, Onzéo, RT France, Trace Urban, Trace Tropical, Trace Africa, Voyage	740,0	805,8	9 %	59 %	28 %
TOTAL SANS LES CHAÎNES CANAL+		1 310,3	1 367,6	4 %	100 %	
TOTAL AVEC LES CHAÎNES CANAL+		2 854,3	2 869,6	1 %		100 %

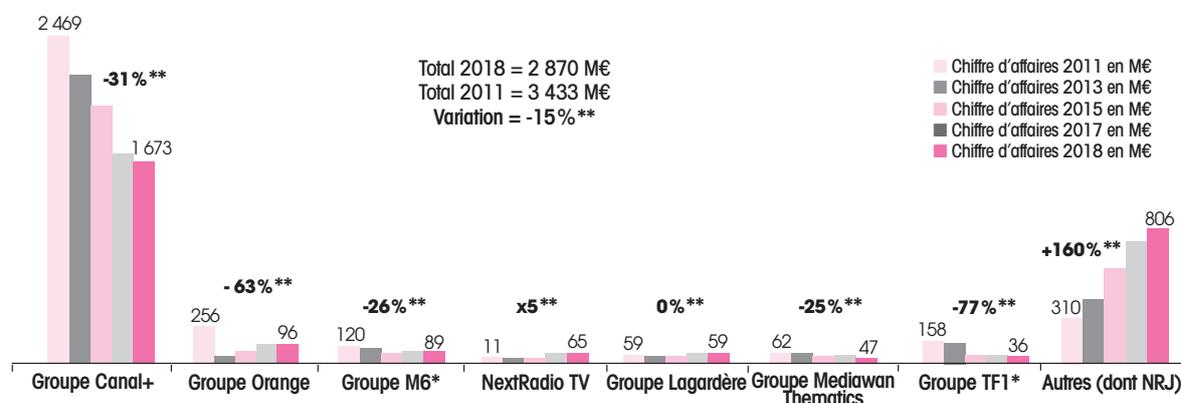
Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs. Ce tableau comprend des arrondis.

* La chaîne Série Club est détenue à parité par les groupes TF1 et M6. Le chiffre d'affaires de cette chaîne a été imputé pour moitié à chacun des groupes détenteur de leur capital. La chaîne Série Club a été comptabilisée pour chacun des groupes comme une chaîne supplémentaire.

CROISSANCE IMPORTANTE DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES CHAÎNES NON ÉDITÉES PAR LES GRANDS GROUPES AUDIOVISUELS FRANÇAIS DEPUIS 2011

La diminution de 15 % du chiffre d'affaires de l'ensemble des chaînes payantes, observée entre 2011 (dernière année d'édition de chaînes sportives par Orange) et 2018, tient à la baisse très importante du chiffre d'affaires réalisé dans l'édition de chaînes payantes des grands groupes audiovisuels français, excepté NextRadioTV.

ÉVOLUTION DE 2011 À 2018 DU CHIFFRE D'AFFAIRES RÉALISÉ PAR LES CHAÎNES PAYANTES VENTILÉ PAR GROUPE (en M€ et en %)



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

* La chaîne Série Club est détenue à parité par les groupes TF1 et M6. Le chiffre d'affaires de cette chaîne a été comptabilisé pour moitié dans le chiffre d'affaires de chacun de ces groupes.

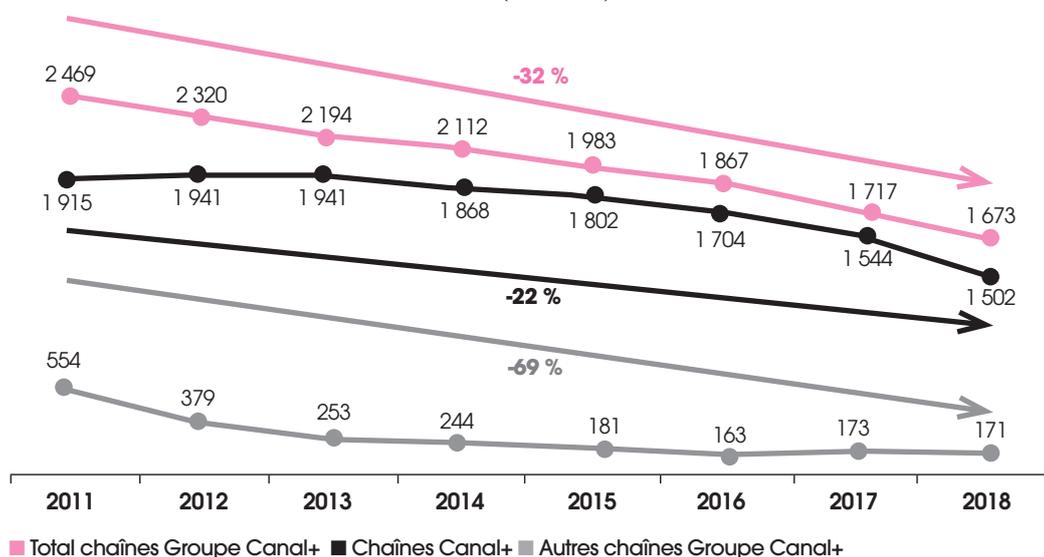
** Evolution des chiffres d'affaires entre 2011 et 2018.

Sur la période, la croissance la plus importante est réalisée par l'agrégat « autres chaînes » dont le chiffre d'affaires représente dorénavant plus de la moitié du chiffre d'affaires réalisé par l'ensemble des chaînes payantes hors les chaînes Canal+ (soit 806 M€ sur 1 367,6 M€). Cette croissance s'explique par l'effet conjugué du lancement des chaînes beIN SPORTS et de la cession par le groupe TF1 de la chaîne Eurosport au groupe américain Discovery, qui a rejoint l'agrégat « autres chaînes » en 2015.

Parallèlement, le chiffre d'affaires réalisé dans l'édition de chaînes payantes par chacun des groupes Canal+, M6, Médiawan Thematics, Orange ⁽³⁴⁾ et surtout TF1 ⁽³⁵⁾, accuse une baisse depuis 2011 très supérieure à la moyenne du secteur. Cette tendance s'explique notamment par l'arrêt de la diffusion ou la vente de nombreuses chaînes éditées par ces groupes (arrêt de la diffusion des chaînes sportives d'Orange et de TPS Star en 2012, des chaînes Jimmy, Maison+, Cuisine+, Planète Thalassa, Sport+, TF6, M6 Music Black et M6 Music Club en 2015, cession de la chaîne Eurosport en 2015, diffusion sur la TNT gratuite de LCI depuis 2016...).

Le chiffre d'affaires cumulé des chaînes payantes éditées par GCP a diminué de 32 % depuis 2011, diminution qui touche tant les chaînes Canal+ (-22 %) que les chaînes thématiques éditées par GCP (-69 %). Le chiffre d'affaires de ces dernières a en effet été divisé par trois sur la période. Alors qu'en 2011, ces chaînes réalisaient 36 % du chiffre d'affaires total des chaînes payantes (hors les Chaînes Canal+), elles n'en représentent plus que 13 %. Cependant, GCP, après avoir diminué le nombre de chaînes éditées, en crée de nouvelles depuis 2017 (Polar+ en 2017, CStar Hits France en 2018, Clique TV en 2019 et Olympia TV en 2020 ⁽³⁶⁾).

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES CHÂÎNES PAYANTES ÉDITÉES PAR LE GROUPE CANAL+ (en M€)



ACTIVITÉ D'ÉDITION DE CHÂÎNES PAYANTES BÉNÉFICIAIRES POUR LES GROUPES AUDIOVISUELS FRANÇAIS (HORS ORANGE)

L'activité d'édition des chaînes payantes de chacun des groupes étudiés est bénéficiaire en 2018, à l'exception de celle du groupe Orange. En effet, toutes les chaînes éditées par ces groupes sont excédentaires en 2018, à l'exception des quatre chaînes cinéma OCS et de la chaîne BFM Business, qui accusent un léger déficit.

⁽³⁴⁾ La très forte baisse du chiffre d'affaires des chaînes éditées par le groupe Orange depuis 2011 tient à l'arrêt de la diffusion en 2012 de ses chaînes sportives.

⁽³⁵⁾ La baisse du chiffre d'affaires réalisé par l'édition de chaînes payantes du groupe TF1 est particulièrement marquée en 2015, consécutivement à la sortie du périmètre de la chaîne Eurosport.

⁽³⁶⁾ Les chaînes Clique TV et Olympia TV ne sont pas encore intégrées dans le périmètre de cette étude.

RÉSULTATS D'EXPLOITATION ET RÉSULTATS NETS DES CHÂÎNES PAYANTES EN 2018, VENTILÉS PAR GROUPE (en M€)

GROUPE	RÉSULTAT D'EXPLOITATION			RÉSULTAT NET		
	2017 (en M€)	2018 (en M€)	Évolution 2018/2017 (en %)	2017 (en M€)	2018 (en M€)	Évolution 2018/2017 (en %)
Les Chaînes Canal+	7,0	15,0	114 %	1,0	-17,0	NS
Chaînes thématiques du groupe Canal+	6,5	11,4	75 %	5,6	8,4	50 %
TOTAL GROUPE CANAL+	13,5	26,4	96 %	6,6	-8,6	NS
Orange	-15,9	-33,3	109 %	-22,2	-41,7	88 %
M6	20,1	22,6	12 %	13,6	16,3	20 %
NextRadioTV/Altice	2,3	6,3	174 %	1,8	3,7	NS
Lagardère	13,5	12,1	-10 %	8,6	14,5	69 %
Mediawan Thematics	3,5	3,5	0 %	2,3	3,0	30 %
TF1	13,5	12,2	-10 %	9,0	8,1	-10 %
Autres chaînes	-126,1	-89,5	-29 %	-137,0	-58,2	-58 %
TOTAL	-75,6	-39,7	-47 %	-117,3	-62,9	-46 %
TOTAL SANS LES CHÂÎNES CANAL+	-82,6	-54,7	-34 %	-118,3	-45,9	-61 %

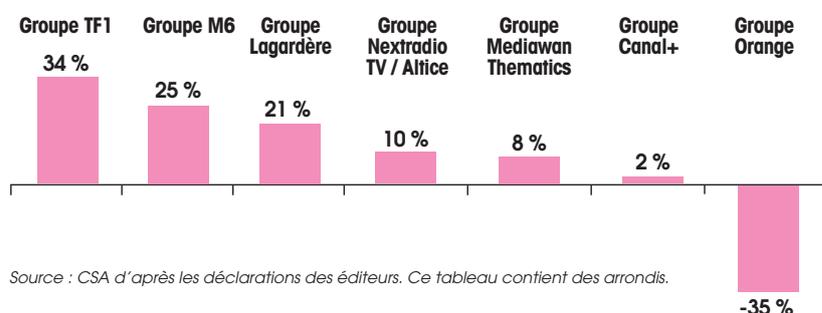
Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis.

En 2018, deux groupes présentent une nette amélioration du résultat de leur activité d'édition de chaînes payantes : les groupes GCP (doublement du résultat d'exploitation ⁽³⁷⁾) et NextRadioTV (triplement du résultat d'exploitation).

L'agrégat « autres chaînes » est encore lourdement déficitaire en 2018, bien que ce déficit ait été divisé par deux. Cependant, en excluant les chaînes beIN SPORTS ⁽³⁸⁾ de cet agrégat, le résultat d'exploitation est positif en 2018.

Le taux de rentabilité (rapport entre le résultat d'exploitation et le chiffre d'affaires réalisé dans l'édition de chaînes payantes) moyen de l'ensemble des éditeurs de chaînes payantes s'établit à -2 % (-3 % en 2017). Il n'est cependant pas représentatif du taux de rentabilité des groupes pris isolément (hors « autres chaînes ») qui, à l'exception du groupe Orange, présentent tous un taux de rentabilité positif.

TAUX DE RENTABILITÉ DES GROUPE AUDIOVISUELS DANS L'ÉDITION DE CHÂÎNES PAYANTES EN 2018



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

RECETTES DE DISTRIBUTION DES GROUPE AUDIOVISUELS EN BAISSE

À l'exception des recettes de distribution du groupe NextRadioTV, qui augmentent très légèrement en 2018 (+1,2 %), celles des autres grands groupes audiovisuels français diminuent ou restent stables en 2018. Les groupes M6 et Mediawan/AB enregistrent les baisses les plus prononcées, dues à la fermeture de certaines de leurs chaînes en 2018 ⁽³⁹⁾.

Les chaînes éditées par GCP enregistrent une faible diminution de leurs recettes de distribution pouvant s'expliquer notamment par la baisse du nombre d'abonnés individuels en France métropolitaine auto-distribués du groupe. En effet, d'après le rapport annuel du groupe Vivendi ⁽⁴⁰⁾, ce nombre s'élèverait en 2018 à 4,733 millions (contre 4,950 millions en 2017, soit un recul de 217 000 abonnés) ⁽⁴¹⁾.

RECETTES PUBLICITAIRES DES GROUPE AUDIOVISUELS EN AUGMENTATION

Contrairement aux recettes de distribution, les recettes publicitaires de chacun des groupes audiovisuels sont en hausse. Si cette hausse peut paraître importante (+20 % pour les groupes audiovisuels), elle ne représente que 12,7 M€ répartis sur 49 chaînes.

⁽³⁷⁾ La société Multithématiques, qui édite 11 chaînes payantes du groupe GCP, est depuis deux ans bénéficiaire alors qu'elle était déficitaire depuis deux ans. L'augmentation du bénéfice en 2018 s'explique notamment, comme pour celui des chaînes Canal+, par une réduction des charges.

⁽³⁸⁾ Les chaînes beIN SPORTS enregistrent les pertes les plus importantes du secteur.

⁽³⁹⁾ La chaîne Girondins TV pour le groupe M6 et les chaînes cinéma CinéFX et Ciné Polar pour le groupe Mediawan/AB.

⁽⁴⁰⁾ Cf. rapport financier de l'exercice annuel 2018 de Vivendi.

⁽⁴¹⁾ A ce nombre d'abonnés viennent cependant s'ajouter 3,093 millions d'abonnés « indirects », via les partenariats conclus en 2016 par le groupe Canal Plus avec les fournisseurs d'accès à internet.

CHIFFRE D'AFFAIRES DE DISTRIBUTION ET CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE DES CHÂÎNES PAYANTES EN 2018, VENTILÉS PAR GROUPE

GROUPE	RECETTES DE DISTRIBUTION			RECETTES PUBLICITAIRES		
	2017 (en M€)	2018 (en M€)	Évolution 2018/2017 (en %)	2017 (en M€)	2018 (en M€)	Évolution 2018/2017 (en %)
Canal+	1 597,9	1 572,7	-2 %	20,3	25,5	26 %
Orange	95,5	95,5	0 %	0,0	0,0	0 %
M6	42,4	39,3	-7 %	19,1	21,0	10 %
NextRadioTV/Altice	54,8	56,0	2 %	4,8	7,6	58 %
Lagardère	48,1	47,4	-1 %	5,7	6,3	11 %
Mediawan Thematics	43,2	40,0	-7 %	5,0	5,7	14 %
TF1	29,9	27,7	-7 %	6,7	8,13	21 %
Autres chaînes	571,3	593,8	4 %	72,2	82,0	14 %
TOTAL	2 483,1	2 472,4	0 %	133,8	156,2	17 %
TOTAL SANS LES CHÂÎNES CANAL+	1 046,1	1 057,4	1 %	117,8	136,2	16 %

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

2.6 ANALYSE DU SECTEUR DE L'ÉDITION DE CHÂÎNES PAYANTES PAR CATÉGORIE D'ÉDITEURS

Les 79 chaînes étudiées peuvent être regroupées en quatre catégories représentatives chacune d'un type d'éditeurs :

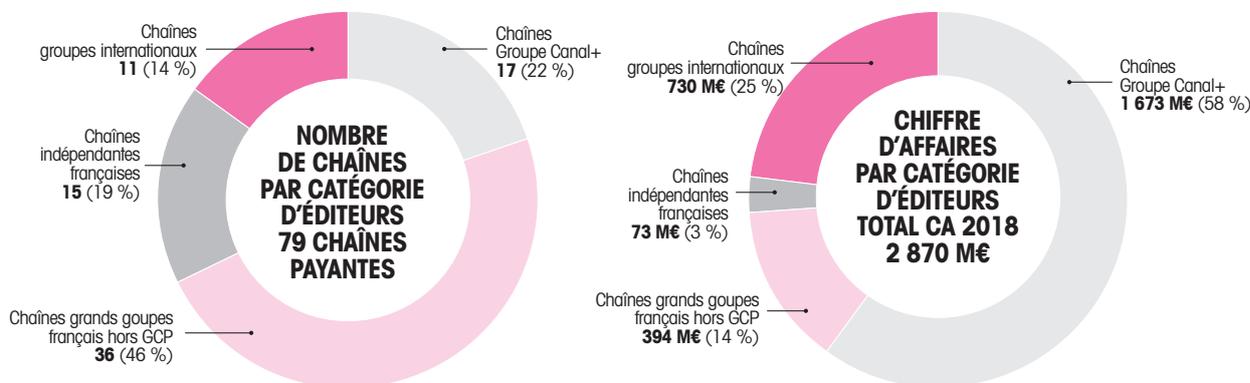
- la première catégorie regroupe les chaînes éditées par le groupe Canal+, la place prépondérante qu'occupe ce groupe sur le marché de la télévision payante justifiant qu'il soit présenté séparément des autres groupes français. Ce groupe édite 21 % des chaînes payantes et réalise 58 % du chiffre d'affaires total ;
- la deuxième catégorie regroupe les chaînes éditées par les autres grands groupes audiovisuels français (TF1, M6, Lagardère, Mediawan Thematics, Orange, NextRadioTV/Altice et NRJ Group). Ces derniers éditent un nombre important de chaînes (36 chaînes soit 46 % du total) mais ne réalisent que 14 % du chiffre d'affaires total du secteur en 2018 ;
- la troisième catégorie regroupe les chaînes éditées par des sociétés françaises indépendantes des grands groupes audiovisuels et dont l'activité audiovisuelle se limite souvent à l'édition d'une seule chaîne payante. Avec 15 chaînes (soit 19 % du total), ces dernières réalisent 3 % du chiffre d'affaires total du secteur ;
- enfin, la quatrième catégorie regroupe les chaînes qui, bien qu'implantées en France, sont des filiales de grands groupes européens ou internationaux. Au nombre de 11, ces chaînes réalisent le quart du chiffre d'affaires total du secteur ⁽⁴²⁾.

La quatrième catégorie de chaînes regroupe les chaînes éditées par des sociétés internationales :

- les six chaînes dont l'actionnaire est nord-américain ⁽⁴³⁾ réalisent 5 % du chiffre d'affaires total du secteur. Il s'agit des chaînes 13^{ème} Rue, Disney Channel, Eurosport, Game One, J-One et Voyage ;

- les cinq chaînes éditées par des groupes non américains réalisent 20 % du chiffre d'affaires total du secteur. Il s'agit des chaînes beIN SPORTS, propriété du groupe qatari beIN Media Group, d'Euronews ⁽⁴⁴⁾, chaîne internationale dont l'actionariat est majoritairement détenu par une société luxembourgeoise, et, depuis 2018, de RT France, filiale française de la chaîne russe d'information internationale RT.

RÉPARTITION DU NOMBRE DE CHÂÎNES ET DU CHIFFRE D'AFFAIRES SELON LA CATÉGORIE D'ÉDITEURS EN 2018



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

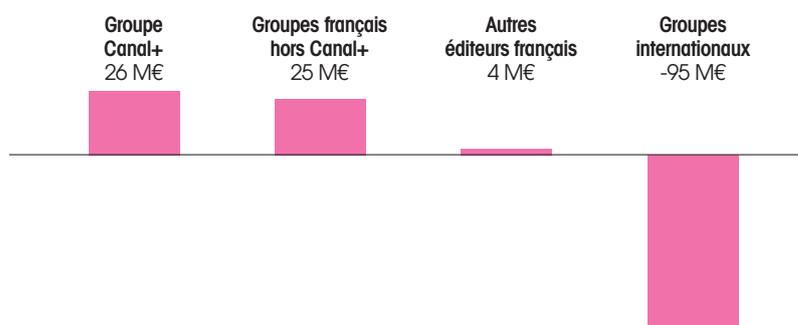
⁽⁴²⁾ Ces chaînes sont : 13^{ème} Rue, beIN SPORTS 1, 2 et 3, Disney Channel, Euronews, Eurosport, Game One, J-One, RT France et Voyage.

⁽⁴³⁾ Les groupes nord-américains éditant des chaînes en France sont les suivants : Disney (Disney Channel), Discovery (Eurosport), Fox (Voyage), Viacom (Game One et J-One) et Universal (13^{ème} Rue).

⁽⁴⁴⁾ La société qui édite cette chaîne est détenue depuis mai 2017 à 60 % par l'homme d'affaires égyptien Naguib Sawiris, via sa société Media Globe Networks (MGN) de droit luxembourgeois, à 25 % par Universal Studio, à 15 % par 21 groupes audiovisuels publics européens et 3 collectivités territoriales françaises.

Cette ventilation permet de constater que, parmi les quatre catégories d'acteurs identifiées, seules les chaînes éditées par les groupes internationaux sont globalement déficitaires.

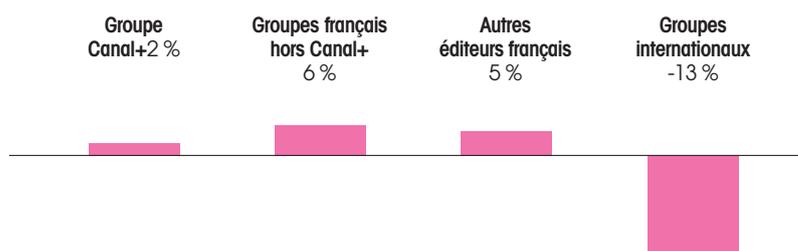
RÉSULTAT D'EXPLOITATION PAR CATÉGORIE D'ÉDITEURS EN 2018



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

La catégorie regroupant les groupes français hors Canal+ présente le taux de rentabilité ⁽⁴⁵⁾ le plus élevé.

TAUX DE RENTABILITÉ DANS L'ÉDITION DE CHÂÎNES PAYANTES PAR CATÉGORIE D'ACTEURS



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

⁽⁴⁵⁾ Rappel : le taux de rentabilité est le rapport entre le résultat d'exploitation et le chiffre d'affaires réalisé dans l'édition de chaînes payantes.

PARTIE II : LA PUBLICITÉ

REMARQUES MÉTHODOLOGIQUES

Les investissements publicitaires mesurés par Kantar reflètent les tarifs et montants avant remises et dégressifs. Ils n'intègrent pas l'évolution des politiques et négociations commerciales, variables d'une chaîne à l'autre, d'un média à l'autre. Ils offrent toutefois un niveau de détail élevé.

La première partie de ce chapitre s'appuie sur ces données, mesurées par la société Kantar.

Les données publicitaires « nettes », utilisées dans la seconde partie de ce chapitre, correspondent aux revenus effectivement perçus par les régies des chaînes et aux dépenses réelles des annonceurs.

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

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

1. INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES BRUTS SUR L'ENSEMBLE DES CHAÎNES EN 2019

En 2019, les annonceurs ont investi 13 069,1 M€ bruts (données brutes aux prix tarifs, avant remises et dégressifs) dans la publicité télévisée (hors parrainage).

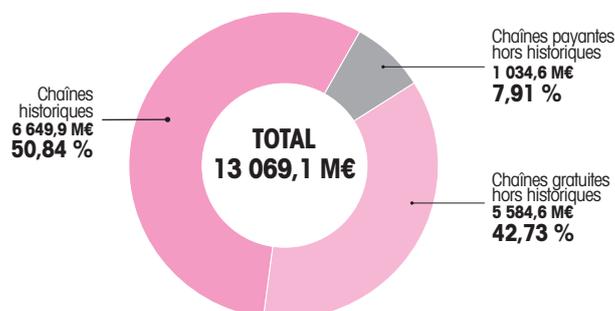
ÉVOLUTION DES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES BRUTS SUR LES CHAÎNES (en M€, hors parrainage)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	ÉVOLUTION EN %
CHAÎNES HISTORIQUES ⁽⁴⁶⁾	5 421,4	5 354,0	5 409,8	5 644,5	5 925,1	6 121,9	6 265,4	6 248,7	6 401,6	6 449,9	1 %
CHAÎNES GRATUITES HORS HISTORIQUES	1 902,2	2 431,7	2 766,9	3 178,5	3 771,1	4 029,9	4 337,7	5 032,3	5 316,0	5 584,6	5 %
CHAÎNES PAYANTES HORS HISTORIQUES	775,9	848,6	823,4	776,7	841,0	873,4	751,5	784,6	927,9	1 034,6	11 %
TOTAL	8 099,5	8 634,3	9 000,1	9 599,7	10 537,2	11 025,1	11 354,6	12 065,6	12 645,6	13 069,1	3 %

Source : Kantar.

En 2019, 49 % des investissements publicitaires bruts des annonceurs ont été effectués sur les chaînes historiques, 43 % sur les chaînes gratuites de la TNT et 8 % sur les chaînes payantes (hors parrainage).

RÉPARTITION DES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES BRUTS SUR LES CHAÎNES EN 2019 (en M€, hors parrainage)



Source : Kantar.

⁽⁴⁶⁾ Les sept chaînes nationales historiques sont les suivantes : TF1, France 2, France 3, France 5, M6, la chaîne Canal+ Premium et Arte, et cela jusqu'en 2018. En 2019, les espaces publicitaires de la chaîne Canal+ Premium sont vendus avec ceux des chaînes C8 et CStar et apparaissent donc dans l'agrégat « chaînes gratuites hors historiques ».

⁽⁴⁷⁾ Les chaînes Canal+ Décalé et Canal+ Sport sont intégrées dans les données des chaînes payantes.

CLASSEMENT DES SECTEURS ANNONCEURS SUR LES CHAÎNES HISTORIQUES ET LES CHAÎNES GRATUITES NON HISTORIQUES* SELON LES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES BRUTS EN 2018 ET 2019 (en M€, hors parrainage)

SECTEURS	2018	2019	RAPPEL CLASSEMENT 2018	ÉVOLUTION EN %
Alimentation	1 784,2	1 766,9	1	-1 %
Automobile-Transport	1 388,4	1 531,1	3	10 %
Hygiène-Beauté	1 424,9	1 444,0	2	1 %
Distribution	1 235,0	1 207,2	4	-2 %
Ets financiers-Assurance	853,5	848,5	5	-1 %
Tourisme-Restaurant	796,8	753,4	6	-5 %
Télécommunications	557,7	564,7	7	1 %
Santé	518,6	490,8	8	-5 %
Culture & loisirs	418,8	472,4	9	13 %
Services	329,4	429,7	10	30 %
TOTAL DES 10 PREMIERS SECTEURS	9 307,3	9 508,7		3 %

*Y compris sur France Télévisions.
Source : Kantar. Ce tableau contient des arrondis.

En 2019, le total des investissements publicitaires bruts sur les chaînes historiques et gratuites hors historiques représente 9 508,9 M€. L'on retrouve dans le classement 2019 des 10 premiers annonceurs les mêmes secteurs qu'en 2018, même si les ordres de classement ne sont pas toujours identiques. Malgré une baisse par rapport à 2018 (-1 %), les investissements publicitaires de l'Alimentation restent en tête des secteurs annonceurs en 2019. Le secteur Automobile-Transport, en hausse de 10 % par rapport à 2018, apparaît à la deuxième place en 2019. À noter que les secteurs Culture & Loisirs et Services sont ceux qui connaissent la plus forte hausse (respectivement +13 % et +30 %).

INDICATEURS PUBLICITAIRES SUR LES CHAÎNES HISTORIQUES

En 2019, les investissements publicitaires bruts des annonceurs restent stables sur les sept chaînes historiques (6 449,9 M€). La répartition des investissements publicitaires sur les chaînes historiques est présentée dans le tableau ci-dessous.

INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES BRUTS SUR LES CHAÎNES HISTORIQUES EN 2019 (en M€, hors parrainage)

CHAÎNES	2019
TF1	3 723,8
FRANCE 2	419,0
FRANCE 3	151,3
FRANCE 5	56,2
M6	2 099,5
ARTE	0,0
TOTAL	6 449,9

Source : Kantar. Ce tableau contient des arrondis.

Les 10 premiers secteurs annonceurs des chaînes historiques réalisent 80 % de ce total.

CLASSEMENT DES 10 PREMIERS SECTEURS ANNONCEURS SUR LES CHAÎNES HISTORIQUES EN 2018 ET 2019 (en M€, hors parrainage)

SECTEURS	2018	2019	RAPPEL CLASSEMENT 2018	ÉVOLUTION EN %
Alimentation	1 030,2	985,9	1	-4 %
Hygiène-Beauté	861,9	874,2	2	1 %
Automobile-Transport	716,9	800,2	3	12 %
Distribution	702,6	647,3	4	-8 %
Ets financiers-Assurance	441,7	427,8	5	-3 %
Tourisme-Restaurant	368,9	352,4	6	-4 %
Télécommunications	314,6	316,8	7	1 %
Santé	312,0	295,1	8	-5 %
Entretien	225,7	231,1	9	2 %
Culture & loisirs	177,3	210,6	10	19 %
TOTAL DES 10 PREMIERS SECTEURS	5 151,8	5 142,5		0 %
TOTAL SECTEURS	6 401,6	6 449,9		1 %

Source : Kantar. Ce tableau contient des arrondis.

En 2019, les opérations de parrainage sur les chaînes historiques représentent un coût équivalent publicitaire brut de 1 087,7 M€, en augmentation de 2 % par rapport à 2018. Les cinq premiers secteurs annonceurs en parrainage sont les mêmes que l'année dernière. Ils ont investi en parrainage sur les chaînes historiques 631,7 M€, soit 58 %.

CLASSEMENT DES 5 PREMIERS SECTEURS ANNONCEURS EN PARRAINAGE TV EN 2018 ET 2019 (en coût équivalent spot publicitaire, en M€ bruts)

SECTEURS	2018	2019	RAPPEL CLASSEMENT 2018	ÉVOLUTION EN %
Alimentation	220,0	204,5	1	-7 %
Distribution	144,2	170,5	2	18 %
Ets financiers-Assurance	97,6	106,2	3	9 %
Automobile-Transport	73,9	63,6	4	-14 %
Tourisme-Restauration	65,4	69,9	5	7 %
TOTAL DES 5 PREMIERS SECTEURS	601,1	631,7		5 %
TOTAL SECTEURS PARRAINAGE TV CHÂÎNES HISTORIQUES	1 071,1	1 087,7		2 %

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

LES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES BRUTS SUR LES CHÂÎNES HORS HISTORIQUES

En 2019, les investissements publicitaires sur les chaînes hors historiques ont connu une nouvelle croissance. Les investissements publicitaires bruts atteignent 6 619,2 M€ (contre 6 243,9 M€ en 2018), soit une augmentation de 375,3 M€ par rapport à 2018 (+6 %). Elles représentent, en 2019, 51 % du total des investissements publicitaires des annonceurs en télévision (hors parrainage). Cette progression est principalement assurée par les chaînes payantes (+11 % par rapport à 2018). Les chaînes gratuites hors historiques ont également progressé de 5 % en 2019.

ÉVOLUTION DES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES BRUTS SUR LES CHÂÎNES HORS HISTORIQUES (en M€, hors parrainage)

	2009	2010 *	2011	2012	2013 *	2014	2015	2016	2017	2018	2019	ÉVOLUTION EN %
CHÂÎNES PAYANTES **	708,8	775,9	848,6	823,4	776,7	841,0	873,4	753,2	784,6	927,9	1 034,6	11 %
CHÂÎNES GRATUITES	1 363,7	1 902,2	2 431,7	2 766,9	3 178,5	3 771,1	4 029,9	4 337,7	5 032,4	5 316,0	5 584,6	5 %
TOTAL CHÂÎNES HORS HISTORIQUES	2 072,6	2 678,1	3 280,3	3 590,4	3 955,1	4 612,1	4 903,3	5 090,9	5 817,0	6 243,9	6 619,2	6 %

Total chaînes TNT et chaînes thématiques - hors chaînes historiques - hors parrainage et chaînes non valorisées - aux prix tarifs, avant remises et dégressifs.
 * Intégration de France Ô aux nouvelles chaînes gratuites de la TNT en 2010 et des six nouvelles chaînes de la TNT HD en 2013 (TF1 Séries Films, L'Equipe 21, 6ter, RMC Story, RMC Découverte et Chérie 25).
 ** Hors la chaîne Canal+ Premium qui est intégrée avec les sept chaînes nationales historiques.
 Source : Kantar. Ce tableau contient des arrondis.

LA CROISSANCE DES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES BRUTS SUR LES CHÂÎNES GRATUITES HORS CHÂÎNES HISTORIQUES (HORS PARRAINAGE)

L'Alimentation reste en tête des secteurs annonceurs des nouvelles chaînes gratuites, en hausse de 3 % (soit 26 M€). Tous les secteurs sont en augmentation en 2019, à l'exception des secteurs Tourisme-Restauration et Santé.

CLASSEMENT DES 10 PREMIERS SECTEURS ANNONCEURS SUR LES CHÂÎNES GRATUITES HORS HISTORIQUES EN 2018 ET 2019 (en M€, hors parrainage)

SECTEURS	2018	2019	RAPPEL CLASSEMENT 2018	ÉVOLUTION EN %
Alimentation	754,0	780,0	1	3 %
Automobile-Transport	671,5	731,0	2	9 %
Hygiène-Beauté	563,0	569,8	3	1 %
Distribution	541,3	560,0	4	3 %
Ets financiers-Assurance	411,8	420,7	6	2 %
Tourisme-Restauration	427,9	401,0	5	-6 %
Services	215,9	283,6	9	31 %
Culture & loisirs	241,5	261,8	7	8 %
Télécommunications	241,5	247,8	8	3 %
Santé	206,6	195,7	10	-5 %
TOTAL TOP 10	4 275,0	4 451,4		4 %
TOTAL SECTEURS	5 316,0	5 584,6		5 %

Source : Kantar, Adexreport. Ce tableau contient des arrondis.

Les chaînes gratuites non historiques continuent leur progression dans le paysage audiovisuel français. Les investissements des annonceurs y sont multipliés par 4 en dix ans (5 584,6 M€ en 2019 contre 1 873,2 M€ en 2010).

ÉVOLUTION DES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES BRUTS SUR LES CHAÎNES GRATUITES HORS HISTORIQUES (en M€, hors parrainage)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	ÉVOLUTION 2019/2018 EN %
6TER			1,0	43,4						NC	NC
BFM TV (MAX)	162,9	222,1	295,6	335,8	370,3	344,9	395,8	471,9	431,9	460,1	7 %
C8 + CSTAR + CANAL+ PREMIUM	186,6	254,2	259,1	298,7	445,5	454,9	612,2	725,2	755,1	1 020,5	35 %
CHÉRIE 25			1,9	31,9	36,2	75,2	108,0	145,1	179,7	199,5	11 %
CNEWS	219,8	321,4	313,7	300,9	342,7	357,4	214,0	132,3	122,9	129,6	5 %
CSTAR	33,9	120,8	126,2	189,9	328,1	278,6	209,3	226,1	245,2	NC	NC
FRANCE 4	19,9	24,2	29,2	27,0	18,1	18,7	22,8	34,8	6,3	1,9	-70 %
FRANCE Ô	1,2	1,3	1,2	1,3	1,5	1,6	2,9	4,7	5,2	3,9	-25 %
GULLI	150,2	191,5	200,2	187,9	202,0	214,6	216,9	171,5	190,4	168,3	-12 %
LA CHAÎNE L'ÉQUIPE			1,5	39,3	67,9	109,7	139,9	165,5	194,8	227,1	17 %
LCI*	27,9	25,6	31,2	18,6	11,7	9,9	37,8	81,4	75,4	110,5	47 %
NRJ12	210,7	320,0	355,2	344,9	359,8	386,9	401,1	378,7	390,8	415,9	6 %
RMC DÉCOUVERTE			1,8	50,7	99,1	167,5	235,8	300,3	298,2	NC	NC
RMC STORY			1,1	25,8	49,9	84,7	72,4	105,1	152,7	NC	NC
RMC POWER TNT										462,2	NC
TF1 SÉRIES FILMS			3,2	103,1	132,9	172,6	176,0	261,3	331,8	392,7	18 %
TFX	157,4	220,3	284,3	295,5	320,5	338,6	363,9	471,6	471,2	477,2	1 %
TMC	317,6	374,4	437,1	434,8	437,0	453,8	488,8	635,0	706,9	739,4	5 %
VIRGIN 17	79,2									NC	NC
W9	334,9	355,9	423,4	449,0						NC	NC
W9 6TER PUISSANCE TNT**					547,9	560,3	640,1	721,8	757,5	775,8	2 %
TOTAL	1 902,2	2 431,7	2 766,9	3 178,5	3 771,1	4 029,9	4 337,7	5 032,4	5 316,0	5 584,6	5 %

Source : Kantar. Ce tableau contient des arrondis.

* Le 5 avril 2016, la chaîne d'information LCI est passée sur le canal 26 de la TNT gratuite, ce qui permet de mieux comprendre pourquoi elle a alors quadruplé son CA brut entre 2015 et 2016.

** Lancée en 2014, l'offre publicitaire « Puissance TNT » commune aux chaînes W9 et 6ter correspond à la diffusion simultanée de la quasi-intégralité de spots publicitaires sur les deux antennes. En conséquence, la distinction des investissements publicitaires entre les deux chaînes n'est plus assurée par Kantar.

En 2019, les dix chaînes payantes hors historiques ayant les investissements publicitaires les plus élevés, sont les mêmes que celles de 2018, même si l'ordre du classement a évolué. Les deux chaînes qui enregistrent les investissements publicitaires les plus élevés, Téva et Paris Première, sont toutes deux éditées par le groupe M6.

ÉVOLUTION DES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES BRUTS SUR LES 40 PREMIÈRES CHÂÎNES PAYANTES HORS HISTORIQUES (en M€ bruts, hors parrainage)

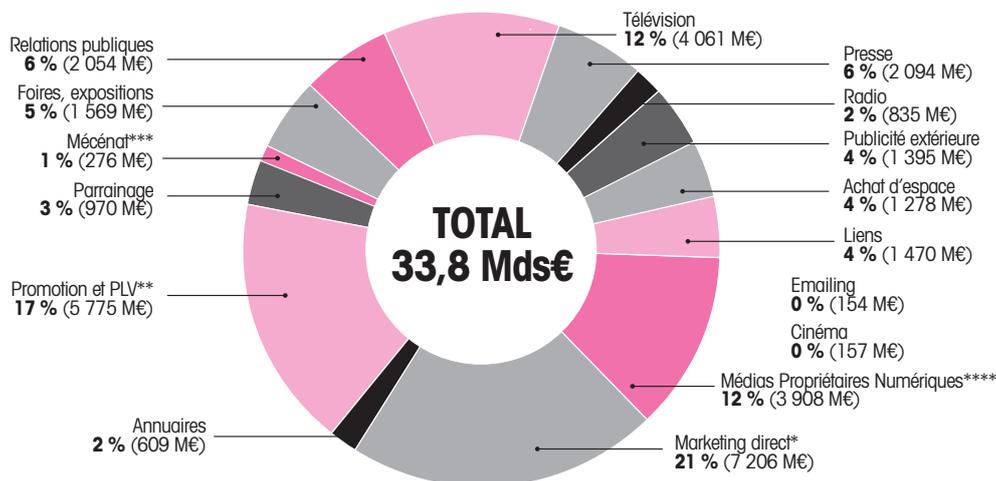
CLASSEMENT 2019		2018	2019	RAPPEL CLASSEMENT 2018	ÉVOLUTION EN %
1	Téva	81,4	79,7	1	-2 %
2	Paris Première	52,9	71,7	4	36 %
3	<i>Nickelodeon Junior</i>	48,9	62,7	5	28 %
4	Game One	60,7	59,2	3	-2 %
5	<i>RTL 9 Câble Satellite</i>	47,2	59,1	6	25 %
6	TV Breizh	44,3	50,7	7	14 %
7	BeIN SPORTS 1	62,2	44,5	2	-28 %
8	<i>MTV France</i>	40,3	42,1	8	4 %
9	<i>Nickelodeon</i>	33,0	39,8	11	21 %
10	NRJ Hits	35,0	38,8	10	11 %
11	Disney Channel	35,4	38,1	9	8 %
12	RMC Sport 1	12,0	22,6	21	88 %
13	Série Club	18,4	20,6	12	12 %
14	<i>Paramount Channel</i>	16,0	19,7	16	23 %
15	<i>MTV Hits</i>	13,5	17,8	17	32 %
16	Comédie+ Comedie Central	8,5	17,6	30	107 %
17	<i>Boomerang</i>	17,0	16,2	13	-5 %
18	J-One	11,1	13,8	25	24 %
19	BeIN SPORTS 2	13,1	13,5	19	3 %
20	Info Sport+	13,3	12,9	18	-3 %
21	<i>Discovery Investigation</i>	5,8	12,4	38	114 %
22	<i>Disney Junior</i>	12,0	12,3	20	3 %
23	13 ^{ème} Rue	11,7	12,2	23	4 %
24	Eurosport	16,9	11,9	14	-30 %
25	<i>BET</i>	16,5	11,2	15	-32 %
26	Polar+	NC	11,1		NC
27	Warner TV	NC	10,5		NC
28	Planète+ Crime Investigation	7,1	10,4	34	46 %
29	<i>Cartoon Network</i>	9,3	10,1	29	9 %
30	<i>Nickelodeon Teen</i>	11,1	10,0	24	-10 %
31	BFM Business Tv	10,5	9,8	27	-7 %
32	<i>Syfy Universal</i>	11,9	9,5	22	-20 %
33	<i>Discovery Channel France</i>	7,9	8,9	32	13 %
34	BeIN SPORTS 3	7,7	8,8	33	14 %
35	<i>National Geographic Channel</i>	8,4	8,5	31	1 %
36	Eurosport 2	9,7	7,8	28	-20 %
37	Canal J	11,1	7,2	26	-35 %
38	Canal+ Sport	5,4	6,8	40	26 %
39	MCM	5,7	6,8	39	19 %
40	Tiji	6,2	6,6	36	6 %
50	Télétoon	6,4	4,4	35	-31 %
45	Planète	6,0	5,5	37	-8 %
TOTAL DES 40 PREMIÈRES CHÂÎNES		851,5	933,9		10 %
TOTAL CHÂÎNES PAYANTES		927,9	1 034,6		9 %

Source : Kantar. Pour une même année, certains montants peuvent varier légèrement par rapport aux précédentes éditions du Guide des chaînes, en raison des réajustements de valorisation brute opérés par Kantar. Par ailleurs, les chaînes en italique correspondent aux chaînes non conventionnées en France. Ce tableau contient des arrondis.

2. LES DÉPENSES ET RECETTES PUBLICITAIRES NETTES EN 2018 ET 2019

En 2019, les annonceurs ont dépensé 33,809 Mds€ en communication. La publicité télévisuelle représente 12 % de cette somme soit 4,061 Mds€.

DÉPENSES EN COMMUNICATION NETTES EN 2019



Source : France Pub 2019.

*Marketing direct : courrier publicitaire, ISA, autre marketing direct

**Promotion : PLV, cadeau par l'objet, Couponing, jeux/autres

*** Hors fondations.

**** Part imputée au budget communication des investissements suivants :

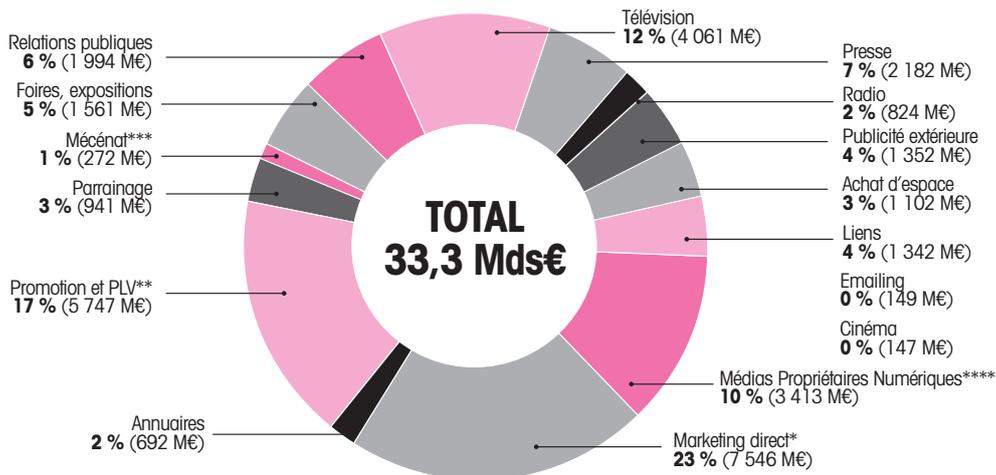
- la création de sites et d'appis ;

- la gestion, exploitation et analyse des différentes bases de données (targeting, datamining) ;

- la création de contenus (Brand content) & animation de réseaux sociaux (Community management).

Pour mémoire, en 2018, les annonceurs ont dépensé 33,32 Mds€ en communication. La publicité télévisuelle représentait 12,2 % de cette somme, soit 4,061 Mds€.

DÉPENSES EN COMMUNICATION NETTES EN 2018



Source : France Pub 2019.

* Marketing direct : courrier publicitaire, ISA, autre marketing direct

** Promotion : PLV, cadeau par l'objet, Couponing, jeux/autres

*** Hors fondations.

**** Part imputée au budget communication des investissements suivants :

- la création de sites et d'appis ;

- la gestion, exploitation et analyse des différentes bases de données (targeting, datamining) ;

- la création de contenus (Brand content) & animation de réseaux sociaux (Community management).

En 2019, les dépenses en communication des annonceurs augmentent de 1,5 % par rapport à l'année précédente. Les dépenses publicitaires dans les grands médias (télévision, cinéma, radio, presse, affichage) et du digital (achat d'espace / display, liens/search, e-mailing et Médias propriétaires numériques) ont augmenté de 5,3 % par rapport à 2018, pour un total de 15,351 Mds€ en 2019.

Les dépenses hors médias (annuaires, marketing direct, promotion, salons et foires, parrainages, mécénat culturel - hors fondations -, relations publiques) baissent de 1,6 % par rapport à 2018, pour un total de 18,458 Mds€ en 2019.

RECETTES PUBLICITAIRES NETTES DES MÉDIAS

RECETTES PUBLICITAIRES DES MÉDIAS - RECETTES DIGITALES INCLUSES ⁽¹⁾ - EN VALEUR NETTE	2018 (en M€)	2018 (en %)	2019 (en M€)	2019 (en %)
TÉLÉVISION ⁽²⁾	3 425	27,50 %	3 402	26,13 %
CINÉMA	92	0,74 %	100	0,76 %
RADIO ⁽³⁾	702	5,64 %	714	5,48 %
PRESSE ⁽⁴⁾	2 160	17,35 %	2 072	15,91 %
PUBLICITÉ EXTÉRIEURE ⁽⁵⁾	1 255	10,08 %	1 301	9,99 %
INTERNET ⁽⁶⁾	5 227	41,97 %	5 862	45,02 %
TOTAL	12 861		13 451	
Déduplication des recettes publicitaires médias entre les recettes Digital Media TV Radio et Presse de l'IREP et l'Observatoire e-Pub SRI-UDECAM ⁽⁷⁾	408		432	
TOTAL APRÈS TRAITEMENT	12 453		13 019	

Sources : Irep, SRI et Udecam.

⁽¹⁾ Recettes digitales : Extension de la marque média en digital (tous formats, toutes commercialisations regroupées) en excluant toute diversification 100% numérique.

⁽²⁾ TV : espaces classiques, espace parrainage et digital.

⁽³⁾ Radio : publicité nationale, publicité locale et Île-de-France et digital.

⁽⁴⁾ Presse : publicité commerciale, petites annonces et digital.

⁽⁵⁾ Publicité extérieure - Out Of Home, dont digital : outdoor, transport, mobilier urbain, shopping.

⁽⁶⁾ Internet : search, social, display et autres leviers (affiliation, emailing, comparateur) / Données issues de l'Observatoire de l'e-pub.

⁽⁷⁾ Cette déduction est nécessaire pour éviter les doublons entre les chiffres de l'IREP et ceux du SRI.

La part du marché de la télévision dans les recettes publicitaires nettes en 2019 est de 26,13 %, soit 3 402 M€.

Les recettes publicitaires en télévision ont baissé de 0,7 % en 2019 par rapport à 2018 (3 425 M€).

ÉVOLUTION ANNUELLE DES RECETTES PUBLICITAIRES NETTES DES MÉDIAS (en % par rapport à l'année n-1)

	2016	2017	2018	2019
TÉLÉVISION	+0,4	+1,0	+2,4	-0,7
CINÉMA	+8,9	+8,6	-3,5	+8,3
RADIO	-1,3	-2,6	-0,2	+1,7
PRESSE	-6,7	-7,4	-4,7	-4,1
PUBLICITÉ EXTÉRIEURE	+3,1	-2,0	+2,3	+3,6
INTERNET	+7,0	+12,0	+17,0*	+12,0*

Source : Irep, excepté * Données issues de l'Observatoire de l'e-pub du SRI, réalisé par Oliver Wyman, en partenariat avec l'Udecam.

PARTIE III : L'EMPLOI DANS LE CHAMP DE LA TÉLÉDIFFUSION

REMARQUES MÉTHODOLOGIQUES

Dans ce chapitre, trois périmètres sont distingués : 7 entreprises correspondant aux chaînes dites « historiques » (TF1, e-TF1, les chaînes du groupe France Télévisions ⁽⁴⁸⁾, Canal+, M6, ARTE et ARTE France), les 17 chaînes de la TNT créées en 2005 et 2012 (6ter, BFM TV, Chérie 25, C8, CStar, CNews, Gulli, LCP AN, La Chaîne L'Equipe, Public Sénat, NRJ 12, RMC Découverte, RMC Story, TF1 Séries Films, TFX, TMC et W9) et 44 entreprises correspondant aux chaînes payantes diffusées par câble, satellite, xDSL ou fibre optique.

Les données relatives à l'emploi dans le champ de la télédiffusion portent sur l'année 2018 et sont issues des déclarations nominatives annuelles des salaires adressées par les entreprises adhérentes aux institutions de retraite complémentaires du Groupe Audiens, groupe de protection sociale de l'audiovisuel, de la communication, de la presse et du spectacle.

Tous les intermittents et tous les pigistes sont obligatoirement déclarés à Audiens pour leur retraite complémentaire et les personnels permanents le sont depuis 2014.

Les masses salariales correspondent aux salaires bruts après abattements.

Sont définis comme intermittents du spectacle les salariés cadres et non cadres techniques et artistiques employés en contrat à durée déterminée, dont la fonction est inscrite soit dans la liste des emplois d'une des conventions collectives du spectacle et de l'audiovisuel pour lesquels le recours au contrat à durée déterminée d'usage est autorisé, soit dans la liste des emplois des annexes 8 et 10 du régime d'assurance chômage.

Sont définis comme pigistes les journalistes professionnels rémunérés pour une collaboration plus ou moins régulière avec un organe de presse moyennant une rémunération appelée pige.

Sont définis comme permanents les salariés employés sous contrat à durée indéterminée (CDI) ou à durée déterminée « de droit commun » (CDD), non intermittents.

1. PRINCIPALES DONNÉES 2018

Dans l'ensemble des trois périmètres, ce sont plus de 40 000 personnes différentes qui ont été employées en 2018. Parmi elles, près de 20 600 en CDI ou CDD de droit commun, plus de 16 500 intermittents et près de 3 400 pigistes.

Ces emplois représentent 1,258 Md€ de masse salariale brute, dont 1,105 Md€ pour les CDI ou CDD « de droit commun », 116 M€ pour les intermittents et 37 M€ pour les pigistes.

PERSONNEL PERMANENT

Les 20 586 personnes employées sous contrat à durée indéterminée ou contrat à durée déterminée « de droit commun » (c'est-à-dire hors intermittents et pigistes), la répartition des effectifs entre les hommes et les femmes et les masses salariales se répartissent ainsi dans les trois périmètres (chaînes « historiques », chaînes TNT 2005 et 2012 et chaînes payantes).

PERSONNEL PERMANENT PAR CATÉGORIE DE CHAÎNES ET MASSE SALARIALE

	NOMBRE DE PERSONNES * EMPLOYÉES EN 2018	EFFECTIFS AU 31/12/2018	POURCENTAGE D'EFFECTIFS HOMMES	POURCENTAGE D'EFFECTIFS FEMMES	MASSE SALARIALE BRUTE (EN K€)
CHAÎNES « HISTORIQUES »	14 628	12 767	53 %	47 %	820 097
CHAÎNES TNT 2005 ET 2012	1 123	911	51 %	49 %	56 953
CHAÎNES PAYANTES	4 835	3 915	50 %	50 %	227 852
TOTAL	20 586	17 593			1 104 902

Source : Groupe Audiens

* Les effectifs sont les personnes sous contrat au 31 décembre 2018. Le nombre de personnes employées comprend l'ensemble des personnes qui ont été employées en CDD à un moment au cours de l'année, mais qui peuvent ne plus être sous contrat le 31 décembre.

⁽⁴⁸⁾ A noter qu'il n'est pas possible de distinguer les chaînes du groupe France Télévisions, elles sont donc toutes considérées dans le même périmètre des chaînes « historiques », y compris France 4 et France Ô.

LES INTERMITTENTS

Les 16 519 intermittents (salariés employés sous « contrat à durée déterminée d'usage »), la répartition des effectifs entre les hommes et les femmes et les masses salariales correspondantes se répartissent ainsi dans les trois périmètres (chaînes « historiques », chaînes TNT 2005 et 2012 et chaînes payantes).

INTERMITTENTS PAR CATÉGORIE DE CHAÎNES ET MASSE SALARIALE

	NOMBRE DE PERSONNES EMPLOYÉES EN 2018	POURCENTAGE D'EFFECTIFS HOMMES	POURCENTAGE D'EFFECTIFS FEMMES	MASSE SALARIALE BRUTE (EN K€)
CHAÎNES « HISTORIQUES »	12 746	64 %	36 %	82 772
CHAÎNES TNT 2005 ET 2012	1 527	60 %	40 %	12 172
CHAÎNES PAYANTES	2 246	67 %	33 %	20 878
TOTAL	16 519			115 822

Source : Groupe Audiens.

LES PIGISTES

Les 3 370 pigistes (journalistes rémunérés à la pige), la répartition des effectifs entre les hommes et les femmes et les masses salariales correspondantes se répartissent ainsi dans les trois périmètres (chaînes « historiques », chaînes TNT 2005 et 2012 et chaînes payantes).

PIGISTES PAR CATÉGORIE DE CHAÎNES ET MASSE SALARIALE

	NOMBRE DE PERSONNES EMPLOYÉES EN 2018	POURCENTAGE D'EFFECTIFS HOMMES	POURCENTAGE D'EFFECTIFS FEMMES	MASSE SALARIALE BRUTE (EN K€)
CHAÎNES « HISTORIQUES »	963	61 %	39 %	9 512
CHAÎNES TNT 2005 ET 2012	958	57 %	43 %	10 885
CHAÎNES PAYANTES	1 449	60 %	40 %	17 076
TOTAL	3 370			37 473

Source : Groupe Audiens.

2. PRINCIPALES ÉVOLUTIONS EN 2018

Les données d'évolution entre 2017 et 2018 sont à prendre avec précaution : certaines données 2018 peuvent ne pas encore avoir été prises en compte et des modifications importantes de périmètres ont eu lieu dans les années récentes.

Pour le personnel permanent (CDI ou CDD de « droit commun ») qui représente près de 88 % de la masse salariale en 2018 :

- Dans les chaînes « historiques », le nombre de personnes employées a diminué de 5 % et les effectifs au 31 décembre de 2 %, comme la masse salariale ; la part des femmes dans les effectifs reste constante depuis 5 ans à 47 % ;
- Dans les chaînes de la TNT 2005 et 2012, le nombre de personnes employées a diminué de 16 % et les effectifs au 31 décembre de 6 % ; la masse salariale a diminué de 7 % ; la part des femmes dans les effectifs reste constante à 43 % ;
- Dans les chaînes payantes, le nombre de personnes employées a augmenté de 3 %, les effectifs de 6 %, la masse salariale augmentant de 12 % ; la part des femmes dans les effectifs passe de 42 à 45 %.

Pour le personnel intermittent qui représente 9,2 % de la masse salariale de l'ensemble du secteur en 2018 :

- Dans les chaînes « historiques », les effectifs intermittents augmentent de 9 % pour une hausse de 1 % de la masse salariale. Cette masse salariale, qui avait fortement baissé entre 2011 et 2017, connaît donc une légère augmentation ;
- Dans les chaînes de la TNT 2005 et 2012, le nombre de personnes différentes déclarées en CDD d'usage connaît une baisse significative (-24 % sur un an), après une année 2017 exceptionnelle liée majoritairement aux déclarations de centaines de CDD d'usage par certaines chaînes historiques, sur deux périodes courtes (mars et octobre 2017). Le nombre d'intermittents employés par les chaînes de la TNT en 2018 (1 527) reste cependant supérieur à celui observé chaque année sur la période 2011-2016. Sur la période, la masse salariale est en hausse, en lien avec une augmentation importante de la masse salariale déclarée par une chaîne pour un nombre similaire de salariés ;
- Entre 2017 et 2018, la part des intermittents hommes augmente dans les chaînes de la TNT et dans les chaînes payantes dans lesquelles près de deux tiers des intermittents sont des hommes.

Les effectifs pigistes des trois périmètres et la masse salariale associée qui représente moins de 3 % de la masse salariale de l'ensemble du secteur connaissent des fluctuations notables chaque année. En 2018 :

- -7 % d'effectifs pigistes et -9 % de masse salariale dans les chaînes « historiques » ;
- -4 % d'effectifs pigistes mais +121 % de masse salariale dans les chaînes de la TNT 2005 et 2012 ;
- -5 % d'effectifs pigistes et +8 % de masse salariale dans les chaînes payantes.

Les pigistes sont majoritairement des hommes dans les trois périmètres : 61 % dans les chaînes « historiques », 57 % dans les chaînes de la TNT 2005 et 2012 et 60 % dans les chaînes payantes.

3. LA CONVENTION COLLECTIVE DE LA TÉLÉDIFFUSION

La loi n° 2016-1088 du 8 août 2016 relative au travail, à la modernisation du dialogue social et à la sécurisation des parcours professionnels, dite « loi El Khomri », et l'ordonnance n° 2017-1385 du 22 septembre 2017 déterminent les conditions dans lesquelles la restructuration des branches professionnelles voulue par les pouvoirs publics doit s'opérer. L'objectif de la loi est de parvenir à mettre sur pied des branches puissantes, organisées par grands secteurs économiques et capables d'anticiper au mieux la transformation de plus en plus rapide des métiers.

Dans ce contexte, les organisations représentant les employeurs des différents secteurs de la télédiffusion (Syndicat des Médias de Service Public, Syndicat des Télévisions Privées, ACCeS et Locales TV) et les organisations syndicales de salariés ont décidé d'ouvrir des négociations afin de parvenir à une convention collective couvrant une branche constituée de l'ensemble des chaînes de télévision.

Un accord de méthode a été conclu le 29 novembre 2018 entre les partenaires sociaux, accord qui définit le champ professionnel de la télédiffusion, établit une méthode et fixe un calendrier de travail pour des négociations qui se sont ouvertes en 2019 et se poursuivent en 2020.

CADRE JURIDIQUE : ACTUALITÉ LÉGISLATIVE EN 2019

L'année 2019 a été consacrée à l'élaboration du projet de loi relatif à la communication audiovisuelle et à la souveraineté culturelle à l'ère numérique. Tenant compte des conclusions de plusieurs rapports et de nombreuses concertations menées avec les professionnels, ce projet de loi a été examiné pour avis par l'Assemblée générale du Conseil d'Etat les 27 et 28 novembre 2019, présenté par le ministre de la Culture en Conseil des ministres le 5 décembre 2019 puis transmis pour examen à l'Assemblée nationale. Les débats parlementaires sur ce texte devaient constituer la principale actualité législative en matière audiovisuelle en 2020. Toutefois, la crise sanitaire liée au Covid-19 pourrait avoir un impact sur les modalités et le calendrier d'examen de ce texte.

1. LES PRINCIPAUX POINTS DU PROJET DE LOI RELATIF À LA COMMUNICATION AUDIOVISUELLE ET À LA SOUVERAINETÉ CULTURELLE À L'ÈRE NUMÉRIQUE

Ce projet de loi modifie en profondeur la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication pour porter deux ambitions : d'une part, une ambition de dynamisme culturel, afin de favoriser le rayonnement, la diversité et la créativité de l'audiovisuel et du cinéma français ; d'autre part, une ambition démocratique, sociétale et citoyenne, afin de protéger les citoyens de certains excès du numérique et de leur offrir à tous, notamment aux plus fragiles, un service plus proche et plus efficace.

Cette réforme s'appuie sur le constat suivant : si la loi du 30 septembre 1986 a fondé une part du modèle culturel et démocratique français, qui concilie la défense du pluralisme, l'indépendance et la qualité de l'information, la protection des publics, la promotion de la cohésion sociale et le développement d'une création audiovisuelle et cinématographique française diverse, elle n'est toutefois plus adaptée aux enjeux d'un secteur confronté à de fortes mutations, notamment numériques.

En effet, les acteurs, les écrans, les programmes et les œuvres se sont multipliés et les habitudes de consommation ont profondément changé. Ces mutations, aux nombreux effets positifs, ont également été porteuses de dangers pour le modèle culturel et démocratique français. Ainsi, la multiplication de contenus haineux ou illicites sur internet, d'autant plus dangereuse que leur diffusion est virale, et des usages de plus en plus individualisés, de plus en plus guidés par des algorithmes de recommandation, ont pu participer d'un affaiblissement de la cohésion sociale. Les médias historiques rencontrent des difficultés économiques menaçant aujourd'hui la production d'une information professionnelle pluraliste et de qualité, notamment de proximité. Enfin, la place de la création française, en particulier indépendante, et la protection du droit d'auteur, sont mis à mal par de nouveaux acteurs qui ne se voient pas appliquer les règles du modèle culturel français et qui prennent une part de marché croissante.

La création se trouve au cœur du projet de loi, qui adapte et renforce la protection des auteurs, des artistes et, plus généralement, de tous ceux qui sont impliqués dans l'acte de création. Face à la multiplication des canaux de diffusion et à une redéfinition des rapports de forces entre les acteurs, il vise à garantir aux créateurs une juste rémunération ainsi que le respect de leur droit moral. Il soutient l'industrie française de programmes, en particulier la production indépendante, et la vitalité économique des groupes de télévision et de radio, qui sont les premiers financeurs de la création audiovisuelle et numérique, ainsi que les piliers d'une information pluraliste et de qualité. Ce soutien passe en particulier par l'intégration de l'ensemble des diffuseurs qui visent la France au système français de financement de la création, quel que soit leur lieu d'installation (cette extension du régime français de contribution à la production constitue l'un des principaux apports de la nouvelle directive européenne sur les services de médias audiovisuels du 14 novembre 2018, apport dont la France a été l'un des principaux promoteurs lors des négociations de la directive).

Il vise par ailleurs à assurer la protection des publics contre les contenus nocifs ou illicites (désinformation, contenus haineux, apologie du terrorisme, pédopornographie), en prolongeant les initiatives législatives récentes tendant à responsabiliser les plateformes numériques et à favoriser l'accès à des programmes audiovisuels de qualité, diversifiés et pluralistes, produit par les acteurs publics comme privés et diffusés sur tous les réseaux.

Pour s'assurer d'une application efficace du nouveau cadre ainsi posé, le projet de loi procède à une rénovation de grande ampleur de la régulation et du rôle des régulateurs qui en sont chargés, en particulier à travers la fusion du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) et de la Haute autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur internet (HADOPI) au sein d'un organe unique, l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (ARCOM), dont la coopération avec l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP) est par ailleurs encouragée.

Enfin, le service public de l'audiovisuel étant tout particulièrement concerné par les transformations qui affectent le paysage audiovisuel et les rapports que les Français et les Françaises entretiennent avec lui, le projet de loi vise à réaffirmer son rôle et sa singularité. Afin de mieux distinguer l'audiovisuel public d'une offre privée désormais abondante et de lui permettre de s'adresser à tous, notamment aux plus fragiles, il met en avant cinq missions communes à toutes les sociétés : l'offre de proximité, l'information, l'ambition culturelle, l'offre jeunesse et l'action audiovisuelle extérieure. Sa gouvernance est renouvelée par la création d'un groupe avec à sa tête une société mère unique, « France Médias », à même de définir une stratégie globale adaptée à la convergence numérique et définir les meilleures réponses face à la concurrence des nouveaux acteurs, notamment internationaux. La composition des conseils d'administration et le mode de désignation des dirigeants seront également révisés, afin de les professionnaliser et de les normaliser, sans déstabiliser les entreprises ni les plans de transformation en cours : les dirigeants des sociétés en poste verront leur mandat de présidents-directeurs généraux transformés en mandat de directeurs généraux jusqu'au 1^{er} janvier 2023.

Ce projet de loi qui vise à la réaffirmation de notre souveraineté culturelle dans l'ère numérique permettra de faire à nouveau prévaloir sur les logiques strictement marchandes une approche permettant de promouvoir la diversité culturelle sous toutes ses formes, la défense du pluralisme des courants de pensée et d'opinion, la promotion d'une création accessible et riche de sa diversité, fondée sur une conception ambitieuse du droit d'auteur.

2. LES DIFFÉRENTS CHAPITRES DU PROJET DE LOI RELATIF À LA COMMUNICATION AUDIOVISUELLE ET À LA SOUVERAINETÉ CULTURELLE À L'ÈRE NUMÉRIQUE

L'articulation du projet de loi est la suivante :

Le titre I^{er} comporte une série de mesures tendant à soutenir le développement et la création de la communication audiovisuelle.

Le chapitre I^{er} relatif à la modernisation du soutien à la création audiovisuelle et cinématographique comporte un double objet : d'une part, la réforme du régime de contribution des éditeurs de services à la production d'œuvres et son extension aux services non-établis en France ciblant le territoire français ; d'autre part, la protection de droits moraux et patrimoniaux des auteurs dans les contrats de production cinématographique et audiovisuelle.

L'article 1^{er} modernise et simplifie les régimes de contribution prévus pour les éditeurs de services : possibilité d'une contribution globale pour les groupes éditant plusieurs services en matière cinématographique ; simplification des critères de définition, par décret, de la production indépendante ; renforcement du pouvoir de négociation conventionnelle et de contrôle de l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique. Le renvoi à un plus grand rôle des accords interprofessionnels est au cœur de la réforme du régime de contribution à la production : le décret définira les conditions et limites dans lesquelles des accords peuvent préciser ses modalités d'application et peuvent également, après homologation du ministre chargé de la culture, adapter, dans des conditions équilibrées, les règles qu'il comporte ; la convention entre l'ARCOM et chaque chaîne devra également tenir compte des accords interprofessionnels et devra reprendre les accords homologués par le ministre chargé de la culture.

L'article 2 crée un régime conventionnel pour les services de médias audiovisuels à la demande les plus importants.

L'article 3 permet d'assujettir les services de télévision et de médias audiovisuels à la demande étrangers mais ciblant le territoire français au régime de contribution à la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles, qui s'applique aujourd'hui aux seuls éditeurs établis en France. L'article 7 charge le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC), dans le cadre de sa mission d'attribution d'aides financières, de vérifier le respect des droits moraux et patrimoniaux des auteurs dans les contrats de production cinématographique et audiovisuelle.

Le chapitre II, en assouplissant certaines règles de la loi du 30 septembre 1986, a pour objectif d'instaurer une concurrence plus équitable entre acteurs traditionnels et nouveaux concurrents du numérique. L'article 8 transpose, en matière de placement de produit, les dispositions de la directive européenne du 14 novembre 2018 sur les services de médias audiovisuels, compte tenu de l'évolution des réalités du marché. L'article 9 autorise la publicité télévisée sur écran partagé dans les retransmissions de manifestations sportives et, à cette fin, confie à l'ARCOM un pouvoir réglementaire délégué. L'article 10 porte à trois le nombre de coupures publicitaires autorisées au cours de la diffusion d'une œuvre cinématographique ou audiovisuelle d'une durée supérieure à deux heures. Enfin, l'article 11 supprime l'encadrement de la grille horaire de diffusion par les chaînes de télévision des films de cinéma.

Le chapitre III modernise les technologies de diffusion de la radio et de la télévision numériques. L'article 12 permet à l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique d'autoriser, à titre expérimental, l'usage de fréquences pour la diffusion de programmes dans des formats d'images améliorés, pendant une durée maximale de cinq ans. Le droit de priorité dont bénéficient les éditeurs de services déjà autorisés pour l'octroi des autorisations en haute définition est étendu par l'article 13 à l'octroi des autorisations en ultra-haute définition. Les obligations de reprise des chaînes publiques, auxquelles sont soumis les distributeurs de services, sont également étendues à la diffusion de ces chaînes en ultra-haute définition (article 14). L'article 15 instaure une obligation progressive de compatibilité des matériels de réception (téléviseurs et adaptateurs) aux normes de l'ultra-haute définition. Il adapte également les obligations progressives de compatibilité des récepteurs de radio à la radio numérique terrestre (RNT).

Le chapitre IV est consacré à la transposition de la directive européenne du 17 avril 2019 sur le droit d'auteur et les droits voisins dans le marché unique numérique.

Le titre II procède à l'adaptation de la régulation. Il vise à fusionner le CSA et la HADOPI, le nouvel ensemble devenant l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (ARCOM), ainsi qu'à renforcer la lutte contre la contrefaçon sur internet (chapitre I^{er}). Il comporte un ensemble de dispositions relatives à l'organisation de la régulation qui, pour l'essentiel, visent à mieux coordonner les interventions de l'ARCEP et de l'ARCOM dans leurs champs de régulation respectifs (chapitre II). Il consolide la mission de l'ARCOM et modernise, en les renforçant, les compétences et les pouvoirs dont le CSA disposait (chapitre III). Il étend le champ de la régulation pour y inclure les plateformes en ligne (chapitre IV). Il renforce enfin les mesures de protection des publics sur l'ensemble des services de médias audiovisuels (télévision, radio et services de médias audiovisuels à la demande), conformément aux dispositions de la nouvelle directive SMA (chapitre V).

Le titre III, enfin, est relatif à la transformation de l'audiovisuel public à l'ère numérique.

ANNEXES

ANNEXE 1

LE FINANCEMENT DES FILMS EUROPÉENS DE FICTION EN 2017

Pour la deuxième année consécutive, l'Observatoire européen de l'audiovisuel (OEA) a publié fin 2019 son étude sur le financement des films européens de fiction, intitulée « Fiction film financing in Europe : a sample analysis of films released in 2017 », Strasbourg, 2019.

PÉRIMÈTRE ET REMARQUES MÉTHODOLOGIQUES

Cette étude s'appuie sur les données des membres de l'EFARN (European Film Agency Research Network) qui ont fourni à l'Observatoire Européen de l'Audiovisuel le détail des plans de financement des films de fiction 100 % nationaux et des coproductions majoritaires sortis en salles en 2017 (ou dans le cas du CNC, ayant reçu l'agrément de production en 2017). Le périmètre d'étude est donc limité uniquement à ces films pour lesquels les agences nationales de films disposent de données.

L'échantillon total est composé de 576 films en provenance de 24 pays, dont 386 films 100 % nationaux et 190 coproductions majoritaires. Avec 185 films d'initiative française dans l'échantillon (121 films 100 % français et 64 coproductions majoritaires), la France représente 32,1 % de l'échantillon. Le budget cumulé des films de l'échantillon s'élève à 1,8 Md€, dont 966,1 M€ pour les films français soit 52,2 % du total. Au total, selon les estimations de l'Observatoire, l'échantillon représente environ 49 % de la production de films européens de fiction sortis en salles en 2017.

1. UN BUDGET MÉDIAN DE 2,0 M€

Le budget médian des films européens (de fiction, 100 % nationaux et coproductions majoritaires) est de 2,0 M€ en 2017. Le budget moyen des films de l'échantillon atteint 3,2 M€. Ces chiffres diminuent nettement si l'on exclut les films français : hors films français, le budget médian est de 1,6 M€ et le budget moyen de 2,3 M€. 41 % des films ont un budget compris entre 1 M€ et 3 M€. Seuls 30 films de l'échantillon ont un budget supérieur à 10 M€, dont 25 films français. Les films français ont des budgets plus élevés que la moyenne européenne, avec un budget moyen de 5,2 M€, devant les films britanniques (4,6 M€) et allemands (4,0 M€).

2. LE FINANCEMENT DES FILMS EUROPÉENS REPOSE MAJORITAIREMENT SUR LE SOUTIEN PUBLIC ET LES APPORTS DES CHÂÎNES DE TÉLÉVISION

Avec 26 % du budget moyen, le soutien public est la première source de financement des films européens sortis en 2017, devant les contributions des chaînes de télévision (en préachats ou en apports en coproduction) à hauteur de 24 %. A noter : ces chiffres incluent le soutien public venant de l'étranger ainsi que les apports par des chaînes de télévision étrangères. Le soutien public provenant du pays de production représente ainsi en moyenne 20 % du budget.

Suivent les apports producteurs et les préventes (hors apports des chaînes de télévision), qui représentent respectivement 18 % et 15 % du budget des films. Les avantages fiscaux (incluant crédits d'impôt, tax shelters, SOFICAs) représentent au total 12 % du financement des films européens.

La structure de financement moyenne des films est très différente selon que l'on inclut ou pas les films français dans l'échantillon. Sans les films français, le financement des films européens s'appuie très nettement sur les financements publics (36 %). Sur cette population de films, les chaînes de télévision n'apparaissent que comme la quatrième source de financement (11 %).

STRUCTURE DE FINANCEMENT MOYENNE DES FILMS EUROPÉENS DE FICTION EN 2017 (EN %)

	TOUS FILMS	FRANCE	HORS FRANCE
Financement public	26 %	17 %	36 %
Apports des chaînes de télévision	24 %	36 %	11 %
Investissements producteurs (hors chaînes TV)	18 %	17 %	18 %
Préventes (hors chaînes TV)	15 %	16 %	14 %
Avantages fiscaux	12 %	14 %	11 %
Investissements en fonds propres	2 %	0 %	5 %
Emprunts	1 %	0 %	3 %
Autres sources de financement	1 %	0 %	1 %
Investissements en nature	1 %	0 %	1 %

Source : Observatoire européen de l'audiovisuel. Seules les données agrégées incluant la France et hors France sont publiées dans le rapport. Les données par pays restent confidentielles.

3. LE SOUTIEN PUBLIC : 26 % DU FINANCEMENT DES FILMS EN EUROPE, 17 % EN FRANCE

La présence des films français dans l'échantillon diminue systématiquement le poids du financement public et augmente la part des chaînes de télévision. Dans cette étude, le soutien public n'inclut pas le crédit d'impôt.

Sur l'ensemble de l'échantillon, 95 % des films ont recours à des fonds publics pour se financer. D'autre part, plus le budget du film est important, plus la part de fonds publics est faible : ceux-ci représentent 47 % du budget des films ayant coûté moins de 500 000€, 40 % du budget pour les films du milieu (budget compris entre 1 M€ et 3 M€) et seulement 13 % pour les films dont le budget est compris entre 10 M€ et 30 M€. Il convient de relever que 19 % du soutien public accordé aux films européens provient d'institutions publiques étrangères et 4 % du niveau supranational européen.

Les films français sont parmi les films dont le financement repose le moins sur les fonds publics avec 17 % du budget définitif des films, derrière l'Italie (14 %).

4. LES APPORTS DES CHAÎNES TV FINANCENT EN PRIORITÉ LES FILMS AUX BUDGETS LES PLUS ÉLEVÉS

A l'échelle européenne, 71 % des films de l'échantillon ont été financés par des apports de chaînes de télévision, qu'il s'agisse d'apports en coproduction ou de préachats.

A l'inverse des fonds publics, la part du financement des films provenant des chaînes de télévision (en coproduction et prévente) augmente avec le budget, les petits films ayant plus de difficultés à bénéficier de l'apport des chaînes. Ainsi seulement 28 % des films de moins de 500 000 € de budget y ont recours. Ces apports représentent 7 % du financement des films à très faible budget, contre 17 % des films à budget moyen (entre 1 M€ et 3 M€) et 33 % pour les films entre 10 M€ et 30 M€.

En moyenne, les chaînes de télévision contribuent à hauteur de 24 % du financement des films de l'échantillon, une part qui passe à 36 % pour les films français.

5. LE FINANCEMENT PAR LES MANDATS (HORS TV), PLUS DIFFICILE POUR LES « PETITS » FILMS

Au total, 69 % des films sont financés à l'aide de préachats (hors préachats de chaînes de TV). Mais la difficulté des films à être financés par les préventes de droits de distribution (hors préventes TV) est d'autant plus prononcée que le budget du film est faible. Moins de 40 % des films à moins d'1 M€ de budget se financent avec des mandats, contre plus de 80 % des films à plus de 3 M€ de budget. Par ailleurs, ces financements ne représentent qu'une faible part des films dont le budget est inférieur à 1 M€ (entre 4 % et 6 %). Cependant, leur contribution monte à 25 % des films au budget compris entre 10 et 30 M€.

6. LES APPORTS PRODUCTEURS REPRÉSENTENT 18 % DES FINANCEMENTS

Dans cette étude, la catégorie « Investissements producteurs » inclut les apports des producteurs étrangers. Comme les fonds publics, les investissements des producteurs sont d'autant plus importants que le budget du film est faible. Alors que les producteurs participent à 28 % du financement des films dont le budget est inférieur à 500 000 €, ils ne financent que 17 % des films au budget compris entre 3 M€ et 10 M€.

7. LES INCITATIONS FISCALES : LA FRANCE DANS LA MOYENNE EUROPÉENNE

Tout compris (crédits d'impôts, tax shelters, SOFICAs, etc.), les avantages fiscaux représentent 12 % du financement des films européens. Au total, 59 % des films de l'échantillon ont pu en bénéficier.

Les pays dans lesquels les avantages fiscaux sont les plus importants sont la Belgique (32 % du budget des films), l'Irlande (30 %) et les Pays-Bas (19 %). En France, ces incitations représentent 14 % du budget du financement des films, comme au Royaume-Uni et en Allemagne.

Les films à gros budget bénéficient plus souvent de ces avantages : 83 % des films au budget compris entre 3 M€ et 10 M€ y ont accès, contre moins d'un tiers des films dont le budget est inférieur à 1 M€.

8. TABLEAUX RELATIFS À LA STRUCTURE DE FINANCEMENT DES FILMS EUROPÉENS

STRUCTURE DE FINANCEMENT MOYENNE
DES FILMS EUROPÉENS DE FICTION EN 2017 (TOUS PAYS, EN %)

Catégorie de films de fiction selon budget	0 à 500 000 €	500 000 € - 1 M€	1 - 3 M€	3 - 10 M€	10 - 30 M€	+30 M€	Tous films
Financement public	47 %	49 %	40 %	23 %	13 %	16 %	26 %
Apports des chaînes de télévision	7 %	6 %	17 %	25 %	33 %	27 %	24 %
Investissements producteurs (hors chaînes TV)	28 %	25 %	15 %	17 %	17 %	57 %	18 %
Préventes (hors chaînes TV)	6 %	4 %	8 %	16 %	25 %	0 %	15 %
Avantages fiscaux	7 %	7 %	11 %	16 %	9 %	0 %	12 %
Investissements en fonds propres	0 %	2 %	4 %	2 %	1 %	0 %	2 %
Emprunts	1 %	3 %	2 %	1 %	2 %	0 %	1 %
Autres sources de financement	1 %	1 %	1 %	0 %	0 %	0 %	1 %
Investissements en nature	2 %	3 %	1 %	0 %	0 %	0 %	1 %

Source : Observatoire européen de l'audiovisuel.

STRUCTURE DE FINANCEMENT MOYENNE EN FONCTION
DU BUDGET DU FILM DE FICTION EN 2017 (HORS FRANCE, EN %)

Catégorie de films de fiction selon budget	0 à 500 000 €	500 000 € - 1 M€	1 - 3 M€	3 - 10 M€	10 - 30 M€	+30 M€	Tous films
Financement public	53 %	52 %	43 %	29 %	18 %		36 %
Apports des chaînes de télévision	9 %	6 %	14 %	11 %	9 %		11 %
Investissements producteurs (hors chaînes TV)	19 %	22 %	13 %	22 %	17 %		18 %
Préventes (hors chaînes TV)	7 %	3 %	9 %	20 %	22 %		14 %
Avantages fiscaux	6 %	7 %	10 %	12 %	10 %		11 %
Investissements en fonds propres	1 %	2 %	5 %	4 %	9 %		5 %
Emprunts	1 %	4 %	3 %	2 %	13 %		3 %
Autres sources de financement	2 %	2 %	2 %	1 %	1 %		1 %
Investissements en nature	3 %	3 %	2 %	0 %	2 %		1 %

Source : Observatoire européen de l'audiovisuel.

ANNEXE 2

LES ŒUVRES DE FICTION RÉALISÉES PAR DES FEMMES ET DIFFUSÉES À LA TÉLÉVISION EN 2018

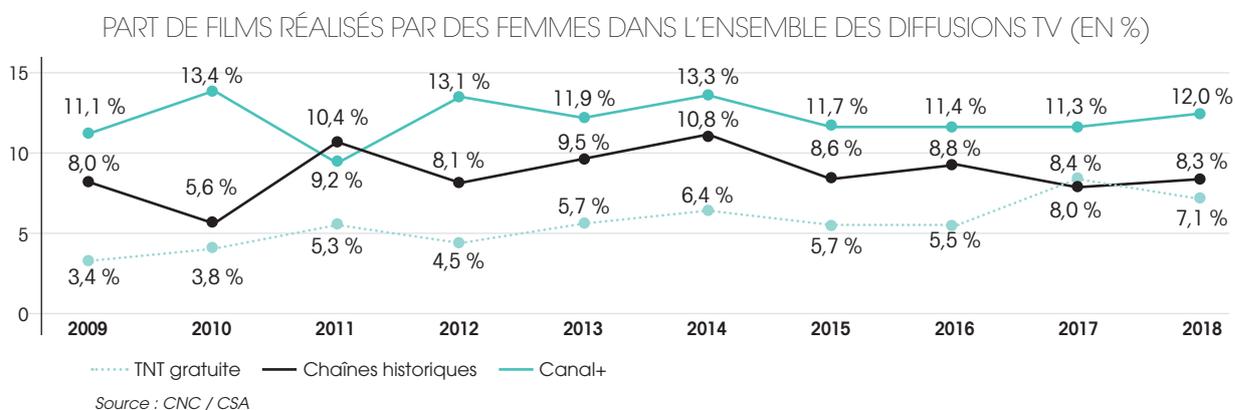
A l'occasion des Assises pour la parité, l'égalité et la diversité, qui se sont tenues en novembre 2019 au Centre national du Cinéma et de l'image animée à l'initiative du Collectif 50/50, le CNC a publié en collaboration avec la SACD et le CSA deux études permettant de dresser un panorama de la diffusion des œuvres de fiction réalisées par des femmes et diffusées à la télévision :

- la première analyse la diffusion des films réalisés par des femmes à la télévision. Elle est réalisée à partir d'une base de données de films commune au CNC et au CSA et couvre l'ensemble des diffusions de films de la TNT gratuite et Canal+ (Canal+ Premium) ;
- la deuxième, coréalisée avec la SACD, analyse la diffusion de la fiction audiovisuelle française réalisée ou écrite par des femmes sur les chaînes gratuites de la TNT en 2018 (hors formats courts et fictions dites de « scripted »).

1. UNE FAIBLE EXPOSITION EN TÉLÉVISION DES FILMS RÉALISÉS PAR DES FEMMES

En 2018, près de 10 % de l'ensemble des diffusions de films à la télévision concerne des films réalisés par des femmes. Cette part est variable selon le groupe de chaînes : elle est de 12,0 % pour Canal+ (hors déclinaisons), de 8,3 % pour les chaînes historiques (TF1, France 2, France 3, France 5, M6 et Arte) et de 7,1 % pour les autres chaînes gratuites de la TNT. Cette dernière part est en augmentation sur les dix dernières années (+4 points entre 2009 et 2018), en raison de l'augmentation du volume de films diffusés suite au lancement de nouvelles chaînes HD en 2012.

L'offre de films inédits réalisés par des femmes est, en 2018, principalement captée par Arte et Canal+, qui proposent près des deux tiers (65,9 %) de l'ensemble de l'offre inédite (et 61,1 % des films inédits réalisés par des hommes). En dehors de ces deux chaînes, le groupe Métropole TV (M6, W9, 6ter) occupe en 2018 un poids plus important dans la diffusion de films réalisés par des femmes (18,7 %) que dans celle des films réalisés par des hommes (10,4 %). Cette importance du groupe peut en partie s'expliquer par une stratégie globale ciblant des publics plus féminins, mais également par le cadre fixé par sa convention, qui prévoit un soutien en production accru sur les 1ers et 2èmes films (article 3-3-4-IV), catégories de films dans lesquelles les femmes sont proportionnellement plus présentes.



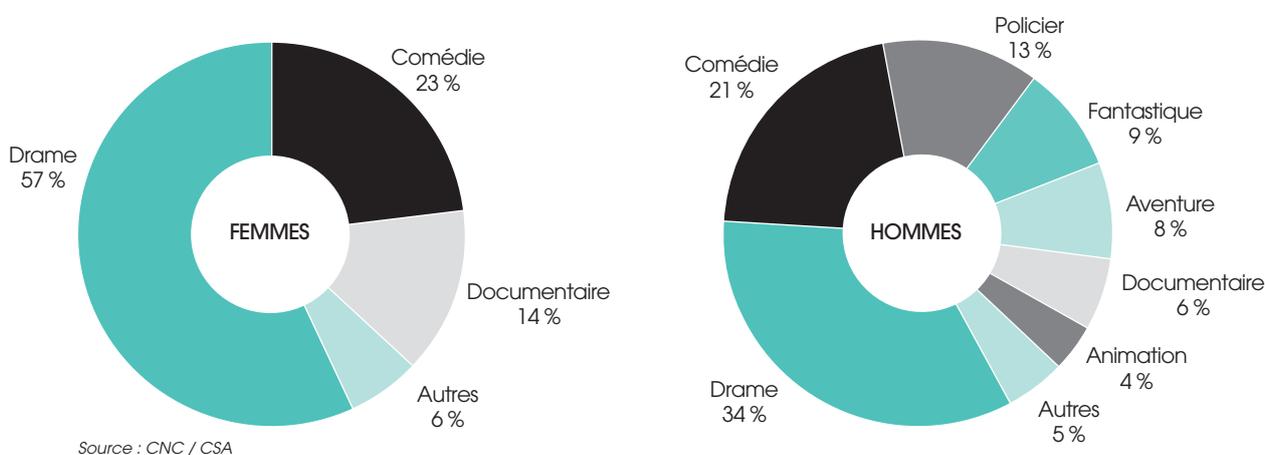
2. LES FILMS RÉALISÉS PAR DES FEMMES DIFFUSÉS À LA TÉLÉVISION SONT MAJORITAIREMENT FRANÇAIS, RÉCENTS ET TOURNÉS VERS LE DRAME

Les films cinématographiques réalisés par des femmes et diffusés à la télévision entre 2009 et 2018 sont pour plus de la moitié français (55,0 %). Cette part est moindre pour les films réalisés par des hommes (38,9 %), du fait de l'importance des films américains (35,0 %).

Les films diffusés à la télévision sont également le témoin de l'émergence d'une nouvelle génération de réalisatrices, désormais bien installées dans le paysage cinématographique national : sur la période, 55,0 % des films réalisés par des femmes ont été produits il y a moins de dix ans. Pour les films réalisés par des hommes, cette part est inférieure au tiers (32,8 %).

Les films réalisés par des femmes se caractérisent, par ailleurs, par l'importance du drame (57 %, contre 34 % pour les films réalisés par des hommes), et du documentaire (14 %, contre 6 % pour les films réalisés par des hommes). L'importance des documentaires au sein des films réalisés par des femmes est pour l'essentiel liée aux films de nationalité étrangère. Au sein des films d'initiative française réalisés par des femmes, la part de documentaires n'est que de 5 %. La comédie, genre plus coûteux à produire (devis moyen de 7,3 M€ entre 2009 et 2018), se distingue par son égale représentation dans l'ensemble des films réalisés par des femmes et par des hommes (environ 20 %).

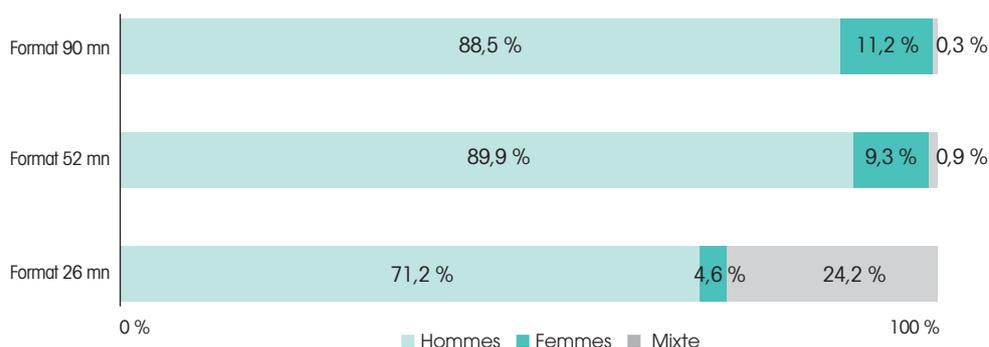
GENRE DES FILMS DIFFUSÉS À LA TV ENTRE 2009 ET 2018 SELON LE SEXE DES RÉALISATEUR-TRICES



3. MOINS DE 20 % DES FICTIONS AUDIOVISUELLES SONT RÉALISÉES PAR DES FEMMES

A l'instar des œuvres cinématographiques, la part de fictions audiovisuelles françaises (unitaires, séries, feuilletons) réalisées par des femmes est faible. En 2018, d'une manière générale, 18,2 % des œuvres de fiction française diffusées à la télévision sont réalisées ou co-réalisées par des femmes (dont 7,9 % sont réalisées exclusivement par des femmes). Cette proportion est plus forte pour les œuvres inédites avec 21,6 % des œuvres de fiction inédites réalisées ou co-réalisées par des femmes. La part des œuvres réalisées ou coréalisées par des femmes varie fortement selon les formats de fiction. Elle est plus élevée au sein des épisodes de feuilletons quotidiens (29,3 %), qu'au sein des 90' (11,6 %), ou des 52' (10,2 %). La montée en puissance récente des feuilletons quotidiens participe à une présence accrue des réalisatrices par le biais de la co-réalisation. Ainsi, près de 30 % des épisodes de 26' sont réalisés par au moins une femme en 2018 (avec 25,5 % de coréalisation mixte).

PART DES FICTIONS DIFFUSÉES EN 2018 PAR FORMAT SELON LE GENRE DES RÉALISATEUR-TRICES



4. DES FEMMES SCÉNARISTES DE FICTION TV PLUS NOMBREUSES QUE DANS LE CINÉMA

S'agissant de l'écriture, les femmes sont plus représentées dans les postes de scénaristes en télévision qu'au cinéma. Elles sont proportionnellement plus nombreuses pour les œuvres audiovisuelles de fiction TV (46 %) que pour des œuvres cinématographiques (26 %). Malgré cette part importante de femmes scénaristes en télévision, le couple réalisatrice/scénariste reste encore sans doute à construire, seules 2 % des fictions diffusées en 2018 ayant été écrites et réalisées par des femmes uniquement (contre 48 % par des hommes uniquement).

Il convient là encore de souligner la spécificité des feuilletons : en 2018, les femmes scénaristes sont majoritaires dans la fiction inédite quotidienne (58 %). La montée en puissance récente de ces formats participe ainsi à une présence accrue de femmes à un carrefour stratégique d'audience, aussi bien sur les postes d'écriture que de réalisation. La question de la visibilité de leur signature se pose toutefois sur des œuvres nécessairement plus collaboratives.

ANNEXE 3

LES PROGRAMMES AUDIOVISUELS SPORTIFS : SYNTHÈSE DES « CHIFFRES CLÉS 2018 »

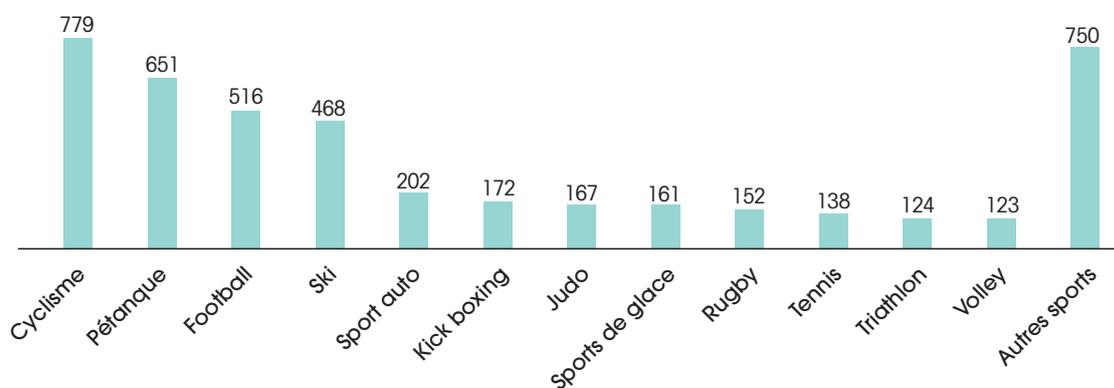
Le Conseil supérieur de l'audiovisuel a publié en juin 2019 des chiffres clés sur l'offre, disponible en France, de contenus sportifs à la télévision et à la radio pour l'année 2018 ⁽¹⁾. La synthèse qui suit reprend les principaux enseignements sur cette offre, sa consommation, son mode de diffusion ainsi que sur le marché de l'acquisition de droits sportifs.

1. UNE OFFRE VARIÉE MAIS LÉGÈREMENT EN BAISSÉ

En télévision gratuite, l'ensemble des retransmissions sportives et magazines sportifs représentait 8 781 heures de programmes en 2018, soit une baisse de 7 % par rapport à 2016 (-656 heures).

Près des trois quarts des 4 402 heures de retransmissions sportives sont diffusés par la chaîne l'Equipe (73,4 %), devant les chaînes gratuites des groupes France Télévisions (23,5 %), TF1 (3,4 %), Canal Plus (1,4 %), M6 (1,2 %) et Altice (0,3 %). Le cyclisme est la discipline la plus diffusée en télévision gratuite (779 heures) devant la pétanque (651 heures) et le football (516 heures).

VENTILATION DU VOLUME HORAIRE DE DIFFUSION DE RETRANSMISSIONS SPORTIVES PAR DISCIPLINE EN 2018 EN TÉLÉVISION GRATUITE, HORS FRANCE Ô (en heures)



Source : CSA

En télévision payante, en 2018, 18 services édités en France proposent une programmation quasi-intégralement sportive, généraliste ou thématisée autour d'une discipline ⁽²⁾ (contre 25 en 2016). Environ 137 000 heures de contenus sportifs ont été proposées.

En radio, les émissions de débat autour du sport se sont développées, au détriment des retransmissions en direct. Le volume horaire consacré au sport a diminué sur les radios généralistes quand se développe en parallèle mais de manière encore très embryonnaire une offre de contenus sportifs en webradio et en podcast natif.

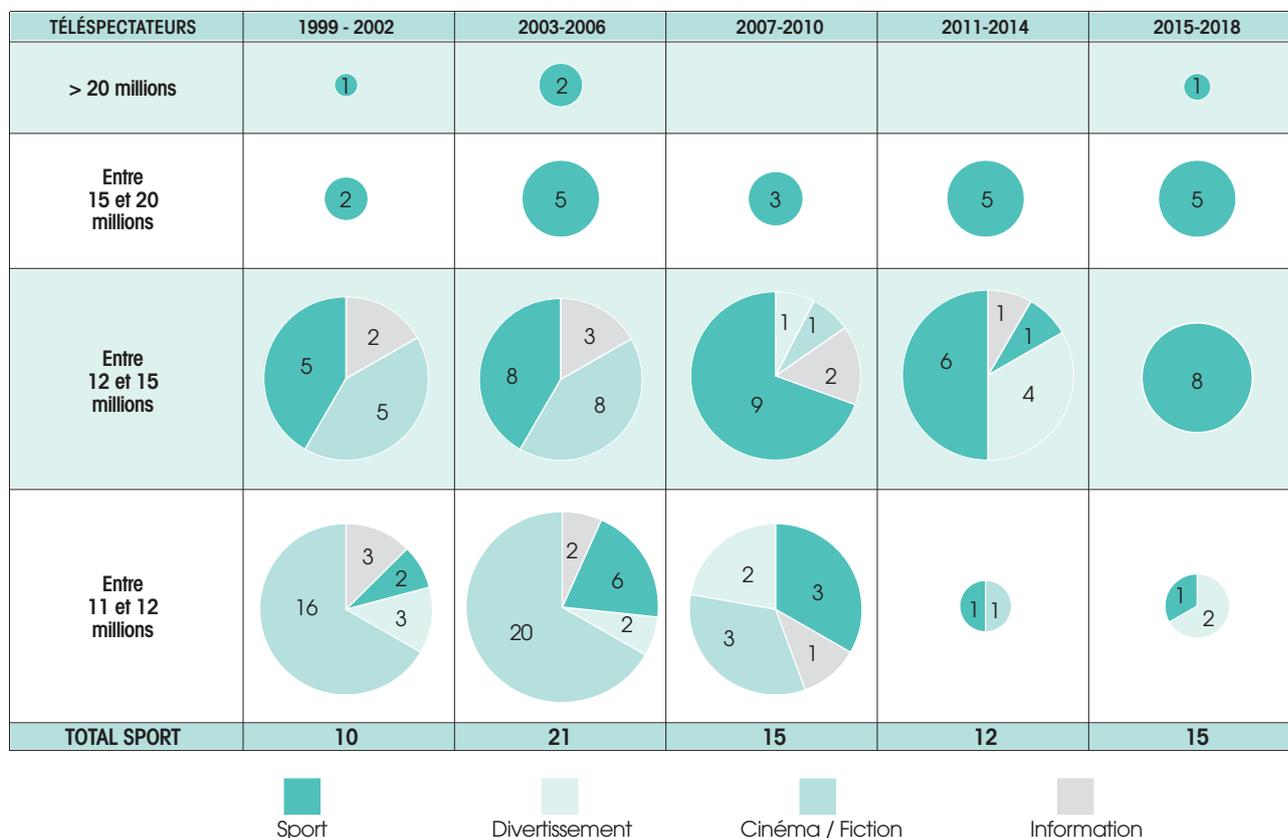
⁽¹⁾ CSA. Contenus sportifs audiovisuels, Chiffres clés 2018, Juin 2019. Cette étude est réalisée par le Conseil tous les deux ans.

⁽²⁾ Automoto, beIN SPORTS 1, beIN SPORTS 2, beIN SPORTS 3, Canal+, Canal+ Sport, Equidia, Eurosport 1, Eurosport 2, Golf+, Infosport+, Kiosque Sport (Foot+ et Rugby+), OL TV, Onzeo, RMC Sport 1, RMC Sport 2, RMC Sport 3, RMC Sport News.

2. UNE OFFRE QUI CONTINUE D'ATTIRER UN PUBLIC MASSIF

Le sport, et en particulier les retransmissions sportives en direct, attire toujours un public conséquent. Entre 2015 et 2018, le sport est ainsi le seul type de programmes à avoir rassemblé plus de 12 millions de téléspectateurs.

ÉVOLUTION DE LA RÉPARTITION PAR GENRE DU NOMBRE DE PROGRAMMES AYANT ATTIRÉ PLUS DE 11 MILLIONS DE TÉLÉSPECTATEURS EN TÉLÉVISION



Source : Médiamat quotidien, Médiamétrie

Le direct sportif est un contenu clé pour les chaînes de télévision. En effet, la retransmission d'un événement sportif leur permet d'attirer une audience plus forte que leur audience moyenne sur une case horaire donnée. Entre 2016 et 2018, 4 chaînes sont parvenues à réaliser leur meilleure audience historique grâce à un événement sportif (M6, C8, W9 et TMC).

Enfin, les compétitions féminines voient leur audience progresser en réalisant de beaux succès d'audience. Ces succès concernent une variété de disciplines, en particulier le football, le handball, le basketball et le rugby.

3. DES CONTENUS SPORTIFS AUDIOVISUELS DE PLUS EN PLUS DISPONIBLES SUR INTERNET

La consommation de retransmissions sportives proposées en télévision se concentre toujours essentiellement sur le téléviseur qui capte la quasi-totalité de la consommation. La contribution de l'ordinateur, du smartphone et de la tablette est encore très mineure.

Toutefois, de nouveaux outils et technologies ont permis de renforcer la consommation de contenus en live streaming, adapté pour la diffusion en direct de retransmissions sportives. Des offres disponibles uniquement par internet ont commencé à apparaître en France. Elles sont développées par des acteurs très variés : éditeurs de télévision traditionnelle, ayants droit, pure player ou encore géants du numérique.

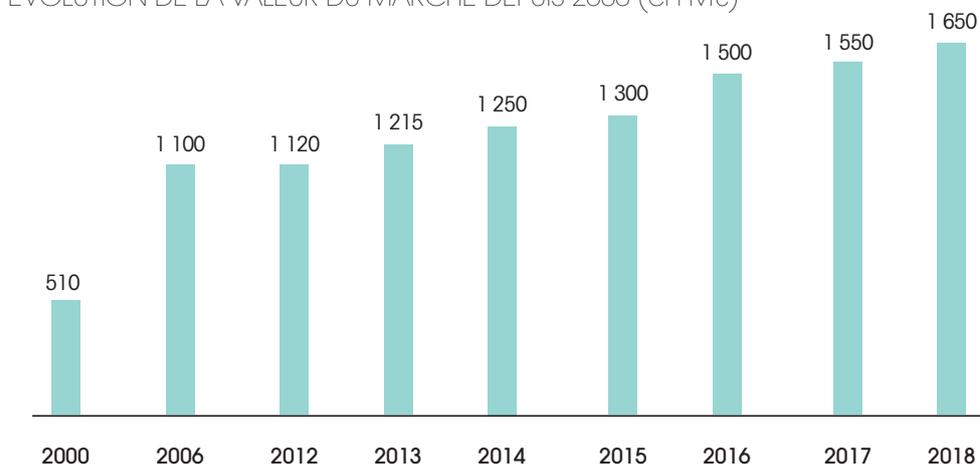
En parallèle, des offres illégales de contenus sportifs ont vu le jour. La fragmentation de l'offre sportive premium payante et les éventuels problèmes techniques rencontrés par les éditeurs au lancement de leurs offres OTT (over the top) ont pu inciter à cette pratique de piratage.

4. UN MARCHÉ DE L'ACQUISITION DES DROITS SPORTIFS EN HAUSSE

A la fin de l'année 2018, 12 principaux acquéreurs se partageaient le marché d'acquisition de droits de diffusion de retransmissions sportives en France ⁽³⁾ d'une valeur estimée à 1,65 milliard d'euros ⁽⁴⁾. Le football domine largement le marché (85 % de la valeur du marché), devant le rugby (7 %).

La valeur du marché est en hausse depuis plusieurs années (+47 % entre 2012 et 2018).

ÉVOLUTION DE LA VALEUR DU MARCHÉ DEPUIS 2000 (en M€)



Source : CSA

Cette augmentation s'explique par l'accroissement de la concurrence avec l'arrivée en 2012 des chaînes thématiques L'Equipe et beIN SPORTS et le lancement des chaînes SFR Sport (aujourd'hui dénommées RMC Sport) en 2016. La multiplication des plateformes OTT a également renforcé la pression sur le marché.

Ces récentes évolutions ont entraîné :

- Une forte concurrence sur des compétitions déjà très attractives et donc une inflation des prix concentrée sur un nombre restreint de ces compétitions (ex : Ligue 1, Premier League, Ligue des Champions).
- Un espace de diffusion plus large pour des compétitions sportives jusque-là pas ou peu médiatisées, avec parfois une valorisation des droits (ex : compétitions internationales féminines de football) ou au moins une fenêtre d'exposition de la compétition.

⁽³⁾ Ce marché comprend tous les événements sportifs qui ont fait l'objet d'une vente de droits pour une diffusion sur le territoire français, que ces événements se déroulent en France ou à l'international.

⁽⁴⁾ Groupe France Télévisions, Groupe TF1, Groupe M6, Groupe Amaury, Groupe Canal Plus, Altice Média, beIN Media Group, Discovery Group, PMU, Groupe Mediapro, Groupe AB, Motorsport network.

L'ACCeS

L'Association des Chaînes Conventionnées éditrices de Services réunit depuis 1997 les chaînes thématiques conventionnées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel pour une diffusion par câble, satellite ou ADSL.

OBJET :

L'association a pour objectif de représenter et de défendre les intérêts communs et collectifs des chaînes thématiques, quels que soient leurs actionnaires et quels que soient les distributeurs qui les proposent au public.

Elle se propose de mettre en valeur leurs spécificités auprès de l'ensemble des acteurs de la communication, afin notamment que le cadre juridique et économique dans lequel elles évoluent permette un développement durable de leurs activités.

L'ACCeS est l'interlocuteur des pouvoirs publics et du CSA pour ce qui concerne leur environnement législatif et réglementaire ainsi que pour la régulation du secteur. Elle représente ces chaînes auprès de leurs partenaires : producteurs, distributeurs, médias, industriels, etc...

Elle intervient également dans le domaine de la mesure de l'audience, comme interlocutrice de Médiamétrie pour le Médiamat Thématik, ou dans le domaine social, en tant qu'organisation d'employeurs.

ORGANISATION :

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

Richard MAROKO, Directeur général de Mediawan Thematics, Président de l'Association.

Thierry CAMMAS, Président, Game One, J-One

Christine CAUQUELIN, Directrice des chaînes Découverte et des documentaires du groupe Canal+

Pascaline GINESTE, Directrice des affaires réglementaires, Groupe Canal+

Caroline GUENNETEAU, Directrice juridique, beIN SPORTS

Pascal JOGUET, Directeur des études, Europe du Sud, NBC Universal

Laurent PRUDHOMME, Senior Vice-President, General Manager, Discovery France

Bernard TANI, Directeur des relations institutionnelles, Direction des contenus, Orange

CHAÎNES MEMBRES EN 2020 :

13^{ème} RUE

AB1

beIN SPORTS

CANAL J

CINÉ+ CLASSIC

CINÉ+ CLUB

CINÉ+ ÉMOTION

CINÉ+ PREMIER

COMÉDIE+

DISNEY CHANNEL

ÉQUIDIA

EURONEWS

EUROSPORT

GAME ONE

INFOSPORT+

J-ONE

KTO

LA CHAÎNE L'ÉQUIPE

MCM

MELODY TV

MEZZO

NRJ HITS

OCS CITY

OCS MAX

PIWI+

PLANÈTE+

PLANÈTE+ AE

PLANÈTE+ CI

RMC SPORT

SEASONS

TÉLÉTOON+

TIJI

TOUTE L'HISTOIRE

TRACE URBAN

TV5 MONDE

VOYAGE

Contact : Muriel GUIDONI-DEREGNAUCOURT, Déléguée générale

ACCeS - 17, rue de l'Amiral Hamelin 75 116 Paris - Téléphone : 01 47 04 24 09. Mél : info@acces.tv - www.acces.tv

FICHES CHAÎNES

Ces fiches présentent l'ensemble des chaînes autorisées et conventionnées par le CSA pour une diffusion nationale en langue française sur la TNT gratuite et payante, le câble, le satellite et/ou l'ADSL, ainsi que les chaînes diffusées depuis un autre pays de l'Union européenne, destinées à un public français et souscrivant au Mediamat Thematik. Elles sont au nombre de 129.

Les données présentées ci-après ont été renseignées par les chaînes sous leur responsabilité entre décembre 2019 et mars 2020 et sont donc susceptibles d'évoluer au cours de l'année 2020.

LES RÉGIES PUBLICITAIRES ET LEURS CHAÎNES

AMAURY MEDIAS 4, cours de l'Île Seguin 92 100 Boulogne-Billancourt cedex Tel : 01 40 93 24 11	La Chaîne l'Équipe	M6 Boutique M6 Music MCM / MCM Top Paris Première RFM TV Série Club Téva Tiji W9
BEIN REGIE 53-55, avenue Emile Zola 92 100 Boulogne-Billancourt Tel : 01 58 17 85 00	beIN SPORTS 1,2,3 beIN SPORTS MAX 4,5,6,7,8,9,10	
CANAL+ BRAND SOLUTIONS Arcs de Seine Bâtiment C 1, rue des Enfants du Paradis 92 652 Boulogne-Billancourt Tel : 01 71 35 35 35	C8 Canal+ Ciné+ Clique TV CNews Comédie+ CStar Discovery Channel Discovery Family Discovery Investigation Discovery Science Eurosport 1 Eurosport 2 Golf+ Infosport+ Museum Non Stop People Olympia TV Pw+ Planète+ Planète+ Aventure & Expérience Planète+ Crime Investigation Polar+ RTL9 Télétoon+	NEXT MEDIA SOLUTIONS 2, rue du Général Alain de Boissieu 75 015 Paris Tel : 01 87 25 50 00
DISNEY MEDIA 25, quai Panhard et Levasor 75 013 Paris Tel : 01 73 26 50 50	Disney Channel Disney Cinéma Disney Junior Disney XD	NRJ GLOBAL 22, rue Boileau 75 016 Paris Tel : 01 40 71 40 00
EURONEWS SALES 50, avenue des Champs-Élysées 75 008 Paris Tel : 01 53 96 50 11	Euronews	RÉGIS, PUBLICITÉ ET OPÉRATIONS SPÉCIALES 132, avenue du président Wilson BP 95 93 213 La Plaine Saint-Denis cedex Tel : 01 49 17 24 19
FRANCE TÉLÉVISIONS PUBLICITÉ 64/70, avenue Jean-Baptiste Clément 92 100 Boulogne-Billancourt Tel : 01 56 22 62 00	13 ^{ème} Rue Adult Swim Boing Boomerang Cartoon Network E ! Entertainment France 2 France 3 France 4 France 5 France Ô Melody TV National Geographic National Geographic Wild Syfy TV5 Monde Voyage Warner TV	REMICS & CIE 6, rue Emile Verhaeren 92 210 Saint-Cloud Tel : 01 76 61 83 60
HORYZON MEDIA 738, rue Yves Kermen 92 100 Boulogne-Billancourt Tel : 01 41 31 61 50	Men's Up	RTR 305, avenue Le Jour se lève 92 644 Boulogne-Billancourt cedex
KTO RÉGIE PUBLICITAIRE 13, rue du 19 mars 1962 92 240 Malakoff Tel : 01 73 02 22 22	KTO	SEASONS 5-13, boulevard de la République 92 100 Boulogne-Billancourt Tel : 01 71 35 35 35
KETIL MEDIA 76, bd de la République 92 100 Boulogne-Billancourt Tel : 01 78 90 15 36	Arte	TF1 PUBLICITÉ 1, quai du Point du Jour 92 100 Boulogne-Billancourt Tel : 01 41 41 12 34
LAGARDÈRE PUBLICITÉ 10, rue Thierry Le Luron 92 300 Levallois-Perret Tel : 01 41 34 90 00	La Chaîne du Père Noël OL TV (Lagardère Sport)	TRACE 73, rue Henri Barbusse 92 110 Clichy Tel : 01 77 68 05 20
M6 PUBLICITÉ 107, avenue Charles de Gaulle 92 200 Neuilly-sur-Seine Tel : 01 41 92 66 66	6ter Best of Shopping Canal j Gulli M6	VIACOM INTERNATIONAL MEDIA NETWORKS 22, rue Jacques Dulud 92 521 Neuilly-sur-Seine Tel : 01 70 94 94 94
		BFM Business BFM TV RMC Découverte RMC Sport 1 / 2 / 3 RMC Sport News RMC Story Chérie 25 NRJ 12 NRJ Hits AB1 Action Animaux Automoto La Chaîne Chasse et pêche Crime District Golf Channel Mangas Science et Vie TV Toute l'Histoire Trek Ultra Nature Equidia La Chaîne Météo Histoire LCI TF1 TF1 Séries Films TFX TMC TV Breizh Ushuaïa TV Trace Gospel Trace Latina Trace Sport Stars Trace Toca Trace Tropical Trace Urban BET Comedy Central Game One J-One MTV / MTV Hits / MyMTV Nickelodeon Paramount Channel

L'INDEX DES CHAÎNES

6ter.....	100	Mangas.....	165
13 ^{ème} Rue.....	101	MCM.....	166
AB 1.....	102	MCM Top.....	167
Action.....	103	Melody TV.....	168
Adult Swim.....	104	Melody d'Afrique.....	169
Animaux.....	105	Men's Up.....	170
Automoto La Chaîne.....	106	Mezzo, Mezzo Live HD.....	171
Arte.....	107	Mon Science et Vie Junior.....	172
BeIN SPORTS + BeIN Max.....	108	MTV, MTV Hits, MyMTV.....	173
Best of Shopping.....	109	Museum.....	174
Bet.....	110	My Zen TV.....	175
BFM Business.....	111	National Geographic.....	176
BFM TV.....	112	National Geographic Wild.....	177
Boing.....	113	Nickelodeon (Mon Nickelodeon Junior, Nickelodeon Junior, Nickelodeon Teen).....	178
Boomerang.....	114	Non Stop People.....	179
C8.....	115	NRJ 12.....	180
Canal J.....	116	NRJ Hits.....	181
Canal+ (Premium, Cinéma, Sport, Séries, Family, Décalé).....	117	OCS (OCS Max, OCS City, OCS Choc, OCS Géants).....	182
Cartoon Network.....	118	OL TV.....	183
Chasse et pêche.....	119	Olympia TV.....	184
Chérie 25.....	120	Paramount Channel.....	185
Ciné+ (Premium, Frisson, Emotion, Famiz, Club, Classic).....	121	Paris Première.....	186
Clique TV.....	122	Piwi+.....	187
CNews.....	123	Planète+.....	188
Comédie+.....	124	Planète+ Aventure & Expérience.....	189
Comedy Central.....	125	Planète+ Crime Investigation.....	190
Crime District.....	126	Polar+.....	191
CStar.....	127	Public Sénat.....	192
Demain !.....	128	RFM TV.....	193
Discovery Channel.....	129	RMC Découverte.....	194
Discovery Family.....	130	RMC Sport 1.....	195
Discovery Investigation.....	131	RMC Sport 2.....	196
Discovery Science.....	132	RMC Sport 3.....	197
Disney Channel (Disney Channel+1).....	133	RMC Sport News.....	198
Disney Cinéma (Disney Cinéma HD).....	134	RMC Story.....	199
Disney Junior.....	135	RTL9.....	200
Disney XD.....	136	Science & Vie TV.....	201
E! Entertainment.....	137	Seasons.....	202
Equidia.....	138	Série Club.....	203
Euronews.....	139	Syfy.....	204
Eurosport 1.....	140	TCM Cinéma.....	205
Eurosport 2.....	141	Télétoon+.....	206
France 2.....	142	Téva.....	207
France 3.....	143	TF1.....	208
France 4.....	144	TF1 Séries Films.....	209
France 5.....	145	TFX.....	210
France 24.....	146	Tiji.....	211
Franceinfo.....	147	TMC.....	212
France Ô.....	148	Toonami.....	213
Game One.....	149	Toute l'histoire.....	214
Golf Channel.....	150	Trace Gospel.....	215
Golf+.....	151	Trace Latina.....	216
Gulli.....	152	Trace Sport Stars.....	217
Histoire.....	153	Trace Toca.....	218
Infosport+.....	154	Trace Tropical.....	219
J-One.....	155	Trace Urban.....	220
KTO.....	156	Trek.....	221
La Chaîne du Père Noël.....	157	TV5 Monde.....	222
La Chaîne L'Équipe.....	158	TV Breizh.....	223
La Chaîne Météo.....	159	Ultra Nature.....	224
LCI.....	160	Ushuaïa TV.....	225
LCP-Assemblée nationale.....	161	Voyage.....	226
M6.....	162	W9.....	227
M6 Boutique.....	163	Warner TV.....	228
M6 Music.....	164		

6ter

89, avenue Charles de Gaulle
92 575 Neuilly-sur-Seine
Tél/Fax : 01 41 92 66 66
www.6ter.fr



Société éditrice : Groupe Métropole Télévision SA

Convention CSA : oui

Lancement de la chaîne : 12/12/2012

Forme juridique : S.A. à directoire et conseil

Capital : 39 000 €

THEMATIQUE	Généraliste	
PUBLIC VISE	Famille / 25 - 49 ans mixte	
PROGRAMMES PHARES	<i>Les mamans ; Familles extraordinaires ; Les vacances préférées des français ; Norbert la grande vadrouille ; This is us...</i>	
ACTIONNAIRE(S)	M6	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Directrice de la communication Chargées de communication Directrice de la programmation Directeur des productions de flux Responsable de l'antenne Responsable artistique Ressources humaines Responsable communication nouveaux médias	Thomas VALENTIN Jérôme FOUQUERAY Emmanuelle COHEN Caroline TURRO, Carole GUINAND Charlotte GALICE Pierre Guillaume LEDAN Karen KABALO Yann OLEJARSZ Aude NETTO Audrey THIERRY
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL, les PC, tablettes et les mobiles.	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Suisse	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE 6play	TABLETTE et PC 6play
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR 6play	INTERNET www.6play.fr
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK 6ter	TWITTER @6terofficiel
REGIE PUBLICITAIRE	M6 PUBLICITE	Frédérique REFALO frederique.refalo@m6.fr 01 41 92 26 48

13^{ème} RUE

42-44, rue Washington – Immeuble Monceau
75 408 Paris Cedex 08
Tél/Fax : 01 70 60 79 00
www.13emerue.fr



Société éditrice : NBC Universal Global Networks France S.A.S.

Convention CSA : oui

Lancement de la chaîne : 13/11/1997

Effectif : 35

Forme juridique : S.A.S.

Capital : 225 000 €

THEMATIQUE	Fiction		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMES PHARES	<i>Trauma ; Reckonin ; Tell me a Story ; Departure ; Stockholm Requiem ; Condo ; Deep State ; Chicago PD ; Chicago Fire ; Law & Order ; Caméléon ; Les Négociateurs.</i>		
ACTIONNAIRE(S)	Universal Studios International B.V.	100 %	
ORGANIGRAMME	Présidente VP Finance VP Program VP Marketing Directeur commercial Legal & Business Affairs	Léonor GRANDSIRE Sylvie MARTIN-RENAUD Stéphanie HUNT Fabien SAILLANT Yonathan ALLALI Maëva SCALA	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
XDSL / FTTX / Cable / Satellite	SFR	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Caraïbes, Réunion, Mayotte, Nouvelle-Calédonie, Polynésie	Les offres Canal+, SFR	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Luxembourg Monaco Afrique	VOO, Proximus, SFR, Orange UPC, Net+, Tele club Tango Monaco Telecom Les bouquets Canal+	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR SFR	INTERNET tv.sfr.fr	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE SFR TV	TABLETTE SFR TV	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK, YOUTUBE 13emeRUE TWITTER @13emeRUE	INSTAGRAM @13emerue_fr	
REGIE PUBLICITAIRE	FRANCE TELEVISIONS PUBLICITE	Nathalie DINIS CLEMENCEAU nathalie.clemenceau@francetvpub.fr 01 56 22 63 45	

AB 1

132, avenue du président Wilson
 BP 95
 93 213 La Plaine Saint-Denis cedex
 Tél/Fax : 01 49 22 20 01 / 22 35
www.ab1tv.fr

Société éditrice : AB Thématiques
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/12/1995
Lancement de la chaîne : 01/12/1995

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 11 327 890,17 €
Effectif : NC

THEMATIQUE Séries TV / Fictions / Catch

PUBLIC VISE 15-49 ans

PROGRAMMES PHARES Catch américain (WWE Raw, WWE Smackdown), *X-Files*, *The Get Down*, *Arrow*, *American Idol*.

PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	15 %
Part des différents genres de programmes	Cinéma	10 %
	Fiction	65 %
	Sport et divertissements	20 %
	Magazines et télé-réalité	5 %

ACTIONNAIRE(S) Groupe AB S.A.S. 100 %

ORGANIGRAMME	Représentant permanent d'AB THÉMATIQUES	Richard MAROKO
	Directeur digital et distribution des chaînes	Vincent GRYNBAUM
	Directeur de la programmation et de l'antenne des chaînes Divertissement	Jean CHENNETIER
	Directrice marketing et communication	Cécile BRINO
	Responsable éditoriale	Anaïs MAYENSON
	Attachée de presse	Monique DIOUF

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Orange	NON	OUI - Famille / Famille By Canal / Intense
	BIS TV	NON	OUI - Panorama
	Canal	NON	OUI - Les Chaînes Family
ADSL	Free	OUI	NON
	Orange	NON	OUI - Famille By Canal / Famille / Intense
	SFR	NON	OUI - Power / Power + / Premium
	Bouygues	NON	OUI - Grand Angle
Mobile / 3G	Orange Mobile, SFR Mobile	NON	OUI

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM OUI

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR : **MOBILE** NON **TABLETTE** NON

SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE **TELEVISEUR** OUI **INTERNET** OUI

RESEAUX SOCIAUX **FACEBOOK** @AB1TV **YOUTUBE** AB1 **TWITTER** @AB1TV

REGIE PUBLICITAIRE RÉGIS, publicité et opérations spéciales
 132, avenue du président Wilson
 BP 95
 93 213 La Plaine Saint-Denis cedex
 David BYWALSKI
david.bywalski@mediawan.com
 01 49 17 24 19

ACTION

132, avenue du président Wilson
BP 95
93 213 La Plaine Saint-Denis cedex
Tél/Fax : 01 49 22 20 01 / 22 35
www.actiontv.fr

Société éditrice : AB Thématiques
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 02/04/1996
Lancement de la chaîne : 02/04/1996

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 11 327 890,17 €
Effectif : NC

THEMATIQUE	Cinéma		
PUBLIC VISE	Hommes		
PROGRAMMES PHARES	<i>Le Kulte selon Karl ; Narcos ; Ciné Choc ; etc.</i>		
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	35 %	
Part des différents genres de programmes	Cinéma	85 %	
	Séries et magazines	15 %	
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.S.	100 %	
ORGANIGRAMME	Représentant permanent d'AB THÉMATIQUES Directeur digital et distribution des chaînes Directrice marketing et communication Responsable éditoriale des chaînes Cinéma Responsable éditorial Attachée de presse	Richard MAROKO Vincent GRYNBAUM Cécile BRINO Mathilde VASLOT Cyril DELAVENNE Monique DIOUF	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	NON	OUI - Les Chaînes Ciné Séries
	BIS TV	NON	OUI - Panorama
	Orange	NON	OUI - Ciné Séries / Ciné Séries Max / Intense
ADSL	Free	NON	OUI - Pack BIS Cinéma / Pack BIS Premium / Pack BIS Ultimum / À la carte
	SFR	NON	OUI - Pass Cinema / Premium
	Bouygues	NON	OUI - Bbox Ciné / BBox Grand Ciné
	Orange	NON	OUI - Ciné Séries / Ciné Séries Max / Intense
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	Canal	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR OUI	INTERNET OUI	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK @LaChaîneAction YOUTUBE La Chaîne Action	TWITTER @LaChaîneAction	
REGIE PUBLICITAIRE	RÉGIS, publicité et opérations spéciales 132, avenue du président Wilson BP 95 93 213 La Plaine Saint-Denis cedex	David BYWALSKI david.bywalski@mediawan.com 01 49 17 24 19	

ADULT SWIM

115/123, avenue Charles de Gaulle
92 200 Neuilly-sur-Seine
Tél/Fax : 01 72 25 00 00 / 18 36
www.cartoonnetwork.fr



Société éditrice : Turner Broadcasting System Europe

Convention CSA : non

Lancement de la chaîne : 01/10/1999

Forme juridique : S.A.S.

THEMATIQUE	Animation jeunes adultes	
PUBLIC VISE	Jeunes adultes	
PROGRAMMES PHARES	<i>Rick et Morty ; Robot Chicken ; Final Space ; Metalocalypse ; Mr Pickles ; Archer ; etc.</i>	
ACTIONNAIRE(S)	Turner Broadcasting System Europe	100 %
ORGANIGRAMME	SVP Europe du Sud et Afrique Directeur des chaînes Kids et General Entertainment France & Afrique Directeur des programmes et acquisitions Directeur marketing, RP & Digital Vice-Président Commercial & Business Development territoires francophones, Afrique et Israël PR executive Directrice de la publicité	Jaime ONDARZA Julien BORDE Stéphane PASQUIER-MIYAZAKI Adrien FALLU Guillaume COFFIN Valérie LEROY Véronique DUPONT-MOREAU

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION : SERVICE DE SVOD

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	Panorama - Essentiel Famille	
Câble	SFR	NON	Power
ADSL	Canal	My Tv by Canal (Free) - Famille by Canal (Orange)	
	Bouygues	NON	Famille - Jeunesse
	Free	NON	A la carte
	Orange	NON	Famille
	Molotov	NON	Basique étendu
IPTV	SFR	NON	Power
	Bouygues		Famille - Divertissement - Pop culture
	Molotov Free		Basique étendu - A la carte A la carte
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Guadeloupe, Martinique Nouvelle-Calédonie Réunion	SFR Can'l Parabole, SFR Réunion, Zeop	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Luxembourg Madagascar Seychelles	Voo Swisscom Post Telecom Blueline Cable & Wireless	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE OUI	TABLETTE NON	
REGIE PUBLICITAIRE	FRANCE TELEVISIONS PUBLICITE	Gwenaëlle LESNE	

ANIMAUX

132, avenue du président Wilson
BP 95
93 213 La Plaine Saint-Denis cedex
Tél/Fax : 01 49 22 20 01 / 22 35
www.animauxtv.fr

Société éditrice : AB Thématiques

Convention CSA : oui

Création de la chaîne : 02/04/1996

Lancement de la chaîne : 02/04/1996

Forme juridique : S.A.S.

Capital : 11 327 890,17 €

THEMATIQUE	Documentaire
-------------------	--------------

PUBLIC VISE	15/60 et plus
--------------------	---------------

PROGRAMMES PHARES	<i>Animaux Stars ; Le vétérinaire de Bondi Beach ; Des chiens extraordinaires ; La liste rouge ; Tendresse animale ; Chris Humfrey, super héros des animaux ; Carter's W.A.R.</i>
--------------------------	---

PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires / magazines	100 %
--	---------------------------	-------

ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.S.	100 %
-----------------------	------------------	-------

ORGANIGRAMME	Représentant permanent d'AB THÉMATIQUES Directeur digital et distribution des chaînes Directrice marketing et communication Directrice de l'antenne et de la programmation des chaînes Découverte et Sport Responsable éditoriale Attachée de presse	Richard MAROKO Vincent GRYNBAUM Cécile BRINO Marie DE MAUBLANC Sabine WIEMAR Katia DEPARIS
---------------------	---	---

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	BIS TV	NON	OUI - Panorama
	Canal	NON	OUI - En option
	Orange	NON	OUI - Famille / Intense
ADSL	Free	NON	OUI - Pack BIS Premium / Pack BIS Ultimatum / Pack BIS Panorama / À la carte
	SFR	NON	OUI - Pass Découverte / Premium / Power / Power+
	Bouygues	NON	OUI - Grand Angle
	Orange	NON	OUI - Famille / Intense
Mobile / 3G	Orange Mobile	NON	OUI

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON
--	----------------------	------------------------

SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR OUI	INTERNET OUI
--	--------------------------	------------------------

RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK @AnimauxTV YOUTUBE Animaux TV	TWITTER @AnimauxTV INSTAGRAM @animauxtv
------------------------	---	--

REGIE PUBLICITAIRE	RÉGIS, publicité et opérations spéciales 132, avenue du président Wilson BP 95 93 213 La Plaine Saint-Denis cedex	David BYWALSKI david.bywalski@mediawan.com 01 49 17 24 19
---------------------------	--	--

AUTOMOTO LA CHAÎNE

132, avenue du président Wilson,
BP 95
93 213 La Plaine Saint-Denis cedex
Tél/Fax : 01 49 22 20 01 / 22 35
www.automoto-lachaine.fr

Société éditrice : AB Thématiques
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 26/03/1996
Lancement de la chaîne : 26/03/1996

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 11 327 890,17 €

THEMATIQUE	Sport		
PUBLIC VISE	Hommes 35-59 ans		
PROGRAMMES PHARES	<i>Nascar ; V6 ; Moto Club ; Mission GDB ; Retromania ; AMA Supercross ; Monster Jam ; Jay Leno's Garage ; Salon Rétromobile ; Convoi de l'Extrême ; Championnat du monde de Motocross.</i>		
PROGRAMMATION			
Part des différents genres de programmes	Documentaires et magazines	40 %	
	Sport (inclus information sportive)	60 %	
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.S.	100 %	
ORGANIGRAMME	Représentant permanent d'AB THÉMATIQUES		Richard MAROKO
	Directeur digital et distribution des chaînes		Vincent GRYNBAUM
	Directrice marketing et communication		Cécile BRINO
	Directrice de l'antenne et de la programmation des chaînes Découverte et Sport		Marie DE MAUBLANC
	Responsable éditorial		Yannick BOBARD
	Attachée de presse		Katia DEPARIS
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Orange	NON	OUI - Sport Max / Intense
	Canal	NON	OUI - Les Chaînes Sport
	BIS TV	NON	OUI - Panorama
ADSL	Free, Bouygues	OUI	NON
	Orange	NON	OUI - Bouquet Intense / Sport Max
	SFR	NON	OUI - Power / Power + / Premium / Option Pass Sport
Mobile / 3G	Orange Mobile, SFR Mobile	NON	OUI
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUSEUR	INTERNET	
	OUI	OUI	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE	TABLETTE	
	NON	NON	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK	TWITTER	
	@automotolachaine	@chaîne_automoto	
	YOUTUBE	INSTAGRAM	
	Automoto la chaîne	@automoto_lachaine	
REGIE PUBLICITAIRE	RÉGIS, publicité et opérations spéciales 132, avenue du président Wilson BP 95 93 213 La Plaine Saint-Denis cedex		David BYWALSKI david.bywalski@mediawan.com 01 49 17 24 19



4, quai du Chanoine Winterer
67 000 Strasbourg
Tél/Fax : 03 90 14 22 22 / 00
www.arte.tv



Société éditrice : ARTE France / ARTE Deutschland TV GmbH

Convention CSA : non

Forme juridique : G.E.I.E

Création de la chaîne : 30/04/1991

Budget : 137 645 000 €

Lancement de la chaîne : 30/05/1992

Effectif : 442 (ARTE G.E.I.E.)

THEMATIQUE	Culture, Europe	
PUBLIC VISE	Tous publics européens	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits en 2019 (de janvier à fin novembre)	1 988 heures
	Part de programmes inédits en France (de janvier à fin novembre)	26 %
PROGRAMMATION	Documentaires	59 %
Part des différents genres de programmes	Information et magazines	16 %
	Cinéma / Fiction	13 % / 6 %
	Spectacle vivant / Programmes courts	5 % / 1 %
ACTIONNAIRE(S)	ARTE France	50 % (France Télévisions 45 %, Etat français 25 %, Radio France 15 %, INA 15 %)
	ARTE Deutschland TV GmbH	50 % (ARD 50 %, ZDF 50 %)
SOURCES DE FINANCEMENT	Redevance	96 %
	Ressources propres	4 %
ORGANIGRAMME	Gérant et président	Peter BOUDGOUST
	Gérante et vice-présidente	Régine HATCHONDO
	Gérant et directeur des programmes	Bernd MÜTTER
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, les opérateurs divers et les mobiles	
CONTENUS DISPONIBLES VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE / TABLETTE Guide des programmes, direct, TV de rattrapage (replay), ARTE Concert (vidéos et live), ARTE <i>in English</i> , ARTE <i>en español</i> , ARTE <i>po polsku</i> , ARTE <i>in italiano</i> OPERATEURS (Orange, Canal+, Free, Bouygues, SFR ADSL & Fibres, Molotov) Direct, télévision de rattrapage (replay)	TV CONNECTEES (HbbTV, Apple TV, applications natives sur Panasonic, LG, Samsung et Android TV) Guide des programmes, direct, télévision de rattrapage (replay), ARTE <i>in English</i> , ARTE <i>en español</i> , ARTE <i>po polsku</i> , ARTE <i>in italiano</i> .
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Tous	TNT (ROM1), CanalSat Overseas, ADSL : opérateurs divers
DIFFUSION HORS DE FRANCE	En Europe et dans le monde : 100 % des foyers en Allemagne, 90 à 95 % en Belgique, au Luxembourg et en Suisse, 65 % aux Pays-Bas, etc Hors France / Allemagne : Satellite : Astra 19,2°E, Hotbird 13°E, CanalSat Overseas Afrique (<i>bouquet en option</i>) Câble : câblo-opérateurs divers ADSL : opérateurs divers	Allemagne : Satellite : Astra 19,2°E TNT : ARD ADSL : Vodafone, Deutsche Telekom/T-Entertain Câble : Kabel Deutschland, Unitymedia, Telecolumbus, Primacom
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR OUI (en français et en allemand)	INTERNET www.arte.tv
RESEAUX SOCIAUX	Facebook, Twitter, Youtube, Dailymotion, Instagram, Snapchat.	
DEVELOPPEMENTS	Poursuite de la restructuration de l'offre numérique (refonte ARTE Concert) et des adaptations aux différents supports et vecteurs (exemples : interfaces des fournisseurs d'accès à internet), etc.	
REGIE PUBLICITAIRE	KETIL MEDIA 76, bd de la République 92 100 Boulogne Billancourt	Julien HERAULT jherault@ketilmedia.com 01.78.90.15.36

beIN SPORTS
1, 2, 3 et MAX 4, 5, 6,
7, 8, 9, 10

53-55, avenue Emile Zola
92 100 Boulogne-Billancourt
Tél/Fax : 01 58 17 85 00
www.beinsports.com



Société éditrice : beIN MEDIA GROUP
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/06/2012
Lancement de la chaîne : 01/06/2012

Forme juridique : S.A.S
Capital : 100 010 000 €
Effectif : 250

THEMATIQUE	Sport		
PROGRAMMES PHARES	Ligue 1 Conforama, Domino's Ligue 2, LaLiga, Serie A, Bundesliga, Süper Lig, MLS, FA Cup, Carabao Cup, NBA, NFL, MLB, Handball Lidl Starligue, Ligue des Champions de Handball féminine et masculine, Euro Masculin Handball 2020, Rugby à XV avec les Coupes d'Europe de Rugby Champions Cup & Challenge Cup, Rugby à XIII (National Rugby League), Tennis avec Wimbledon, WTA, Coupe Davis, Fed Cup, etc.		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Sport - Y compris information sportive		100 %
ACTIONNAIRE(S)	beIN MEDIA GROUP		
ORGANIGRAMME	Président Directrice générale adjointe Directeur des programmes, des antennes et de la rédaction Directeur marketing et business développement		Yousef AL-OBAIDLY Sophie JORDAN Florent HOUZOT Laurent de CAMAS
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	A LA CARTE (ou dans BOUQUET PREMIUM)
Satellite	CANAL, Orange, Fransat, ABSat	NON	OUI
ADSL/FIBRE/CABLE	Bouygues Telecom, Canal, Free, Orange, SFR, Vialis, Wibox, Vitis+ opérateurs locaux	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Réunion, Antilles, Guyane Nouvelle-Calédonie, Polynésie Française Saint-Pierre-et-Miquelon		Via les offres de Canal, Orange, SFR Caraïbe, SRR, Parabole Réunion, ZEOP, CAN'L, VINI, SPM.
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Monaco Ile Maurice, Madagascar		Monaco Telecom Parabole Réunion, Blueline Madagascar
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE sur appli TV des distributeurs, selon disponibilité + sur beIN SPORTS CONNECT		TABLETTE / CONSOLES / TV CONNECTEES sur appli TV des distributeurs, selon disponibilité + sur beIN SPORTS CONNECT
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE :	TELEVISEUR Oui, depuis le replay des distributeurs, selon disponibilité + depuis beIN SPORTS CONNECT		INTERNET www.beinsports.com/france/replay
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK beINSPORTSFrance TWITTER @beinsports_FR		INSTAGRAM beinsports_FR DAILYMOTION /beinsports
AUTRES OFFRES ET SERVICES	• beIN SPORTS CONNECT : offre OTT pour profiter de l'ensemble des chaînes et services de beIN SPORTS depuis un ordinateur, un smartphone (Android et IOS), une tablette, une console de jeu Xbox One, Playstation 4, Smart TV SAMSUNG et Smart TV LG, également compatible Chromecast		
REGIE PUBLICITAIRE	beIN REGIE www.beinregie.beinsports.com		

BEST OF SHOPPING

19, rue d'Arceuil
94 150 Rungis
Tél/Fax : 01 80 14 65 00 / 01
www.bestofshopping.tv

Société éditrice : Home Shopping Service

Convention CSA : oui

Création de la chaîne : 01/10/2003

Forme juridique : S.A.

Capital : NC

Effectif : 130

THEMATIQUE	Téléachat	
PUBLIC VISE	Tout public	
PRODUCTION	32 nouveaux programmes	12 programmes de 30 minutes + 20 de 15 minutes
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Téléachat	100 %
ACTIONNAIRE(S)	M6 Interactions Autres filiales groupe M6	99,76 % 0,24 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Téléachat	100 %
ORGANIGRAMME	Directeur général Directrice générale adjointe Directrice d'antenne et des programmes Communication et marketing Production Juridique Achats Ventes	Ronan de FRESSENEL Isabelle FOURNIER Monique PARMENTIER Sandra SOETENS Monique PARMENTIER Myriam GUILI Frédérique THIBAUT Nadège GOSSSELIN

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	NON	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	Orange, Free, Bouygues, Darty, SFR-Neuf	OUI	NON

BET

22, rue Jacques Dulud
92 521 Neuilly-sur-Seine cedex
Tél : 01 70 94 94 94
www.betchannel.fr

**Société éditrice** : Viacom CBS Networks France**Convention CSA** : Non**Création de la chaîne** : 1980**Lancement de la chaîne** : novembre 2015**Forme juridique** : SARL**Effectif** : > 100

THEMATIQUE	La chaîne de la culture noire américaine, 100 % divertissement		
PUBLIC VISE	25-49 ans / CSP +		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019	> 50 heures	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Programmes inédits Cinéma Fiction / Télé réalité Spectacle vivant / Musique	>300 heures / an 20 % 60 % 20 %	
PROGRAMMES PHARES	<i>Le Prince de Bel Air ; Ma femme, ses enfants et moi ; The Oval ; Sistas ; Yeah Dat Ouais ; Bet Talk ; Be Fab ; Bet Awards ; Bet Hip Hop Awards ; BET Breaks...</i>		
ACTIONNAIRE(S)	Viacom international	100 %	
ORGANIGRAMME	Gérant Directeur des programmes Responsable de la programmation Directeur promotion/communication/marketing Directeur digital Directrice juridique Directrice des études	Thierry CAMMAS Pierre HERGAUT Sindanu KASONGO Nicolas BESNIER Nicolas DOMONT Céline FERTE Muriel FERRERO	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	OUI	NON
Câble	SFR, SIVU	OUI	NON
ADSL	Canal, Bouygues, Free, SFR, Orange, Videofutur	OUI	NON
Mobile/3G	Appli BET, SFR TV, Orange TV POP CULTURE (Bouygues Telecom), MyCANAL, Molotov	OUI	NON
OTT	Molotov	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Guadeloupe, Martinique, Réunion	WSG, MTVC, VITIS, OMT, Orange, etc	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Afrique Subsaharienne Monaco Suisse Belgique	Canal Overseas Monaco Telecom, Canal, Orange, VITIS Canal Coditel	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Canal, SFR, Bouygues Telecom, Orange, Free, Molotov	INTERNET MOBILE TABLETTE MyCANAL, SFR, Bouygues Telecom, Orange, Molotov	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK BET.TV.FR TWITTER @BET_FR	INSTAGRAM @bet_tv_fr	
REGIE PUBLICITAIRE	VIACOM CBS NETWORKS FRANCE	Philippe LARRIBAU - Directeur Philippe.larribau@vimn.com	

BFM BUSINESS

2, rue du Général Alain de Boissieu
Bât Est
75 015 Paris
Tél/Fax : 01 87 25 50 00
www.bfmbusiness.bfmtv.com



Société éditrice : BFM Business TV
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 22/10/2010
Lancement de la chaîne : 11/2010

Forme juridique : S.A.S.U
Capital : 37 000 €
Effectif : 80

THEMATIQUE	Information - Economie		
PUBLIC VISE	Tout public		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019	18h / jour du lundi au jeudi 14h / jour le vendredi Programmes inédits le weekend	
PROGRAMMES PHARES	<i>Good Morning Business ; Les Experts ; Inside ; Tech & Co ; Les décodeurs de l'Eco ; Les Sagas BFM Business ; C'est votre argent ; L'heure H ; Intégrale placement ; Intégrale bourse ; etc.</i>		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Information	100 %	
ACTIONNAIRE(S)	NextRadioTV	100 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	100 %	
ORGANIGRAMME	Président Directeur Général Altice France Directeur Général Altice Média Directeur Général Délégué Altice Média (Info et Sport) Directrice Générale BFM Business Directeur de la rédaction Directrice de la production News Directrice financière Directrice de la communication	Alain WEILL Damien BERNET Hervé BEROU Kim YOUNES CHARBIT Thierry ARNAUD Anne-Sophie de CHAISEMARTIN Emmanuelle MARTI Blanche LAMAZERE	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
TNT Ile-de-France			
Satellite	CanalSat, Fransat, TNT Sat, Orange Sat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	Orange, Bouygues, SFR-Neuf, Free, Virgin Mobile	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, Nouvelle-Calédonie		
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE BFM Business sur Appstore et Play Store	TABLETTE BFM Business sur Appstore et Play Store	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR OUI	INTERNET www.bfmbusiness.bfmtv.com	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK BFM BUSINESS	TWITTER @bfmbusiness	
REGIE PUBLICITAIRE	NEXT MEDIA SOLUTIONS	contactregie@nextregie.fr 01 87 25 50 01	

BFM TV

2, rue du Général Alain de Boissieu
Bât Est
75 015 Paris
Tél/Fax : 01 87 25 50 00
www.bfmtv.com



Société éditrice : BFMTV
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 07/06/2005
Lancement de la chaîne : 28/11/2005

Forme juridique : S.A.S.U.
Capital : 39 182 035 €
Effectif : 350

THEMATIQUE	Information	
PUBLIC VISE	Tout public	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019	20h de direct par jour, 7/7 jours
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Part de programmes inédits Information	100 % 100 %
PROGRAMMES PHARES	<i>Première Edition ; Bourdin Direct ; Live BFM ; 19h Ruth Elkrief ; Tonight Bruce Infos ; Ligne rouge ; BFM Politique ; 7 jours BFM...</i>	
ACTIONNAIRE(S)	NextRadioTV	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur Général Altice France Directeur Général Altice Média Directeur Général Délégué Altice Média (Info et Sport) Directeur Général Directrice de la rédaction Directrice de la production News Directrice financière Directrice de la communication	Alain WEILL Damien BERNET Hervé BEROUD Marc-Oliver FOGIEL Céline PIGALLE Anne-Sophie de CHAISEMARTIN Emmanuelle MARTI Blanche LAMAZERE
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL, PC, mobile et tablette	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, La Réunion, St Pierre-et-Miquelon, Nouvelle-Calédonie, Polynésie Française	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE BFM TV sur Appstore et Play Store	TABLETTE BFM TV HD sur Appstore et Play Store
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	INTERNET www.bfmtv.com	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK BFM TV	TWITTER @BFMTV
REGIE PUBLICITAIRE	NEXT MEDIA SOLUTIONS	contactregie@nextregie.fr 01 87 25 50 01

BOING

115/123, avenue Charles de Gaulle
 92 200 Neuilly-sur-Seine
 Tél/Fax : 01 72 25 00 00 / 18 36
 www.boingtv.fr

Société éditrice : Turner Broadcasting System Europe Ltd.**Convention CSA :** non**Lancement de la chaîne :** 08/04/2010**Forme juridique :** S.A.S.

THEMATIQUE	Jeunesse		
PUBLIC VISE	6-12 ans, filles et garçons		
PROGRAMMES PHARES	<i>CinéBoing</i> , longs métrages, téléfilms, séries animées comme <i>Les As de la Jungle</i> , <i>Le Magicien d'Oz</i> , <i>Yo Kai Watch</i> , etc.		
ACTIONNAIRE(S)	Turner Broadcasting System Europe	100 %	
ORGANIGRAMME	SVP Europe du Sud et Afrique Directeur des chaînes Kids et General Entertainment France & Afrique Directeur des programmes et acquisitions Directeur Marketing, RP & Digital Vice-Président Commercial & Business Development territoires francophones, Afrique et Israël PR Executive Directrice de la publicité	Jaime ONDARZA Julien BORDE Stéphane PASQUIER-MIYAZAKI Adrien FALLU Guillaume COFFIN Valérie LEROY Véronique DUPONT-MOREAU	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	Panorama - Essentiel Famille	NON
	Orange	NON	Famille - Divertissement
	Fransat	NON	Jeunesse
Câble	SFR	NON	Power-Jeunesse
	Monaco		Basique
ADSL	Canal	My Tv by Canal (Free) - Famille by Canal (Orange)	
	Orange	NON	Famille - Divertissement
	SFR	NON	Power - Jeunesse
	Free	NON	A la carte + Kids
	Molotov	NON	Basique étendu
	Bouygues	NON	Famille - Jeunesse
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Saint-Pierre-et-Miquelon, Caraïbes Guadeloupe, Martinique Maurice Réunion Nouvelle-Calédonie	Orange, Molotov SFR - Orange Mauritius Telecom SFR Réunion- Zeop-Outremer telecom Can'l	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Luxembourg Suisse Rwanda, Guinée, Burundi, DRC, Côte d'Ivoire, Congo Maroc Sénégal Gabon Madagascar	Voo Pot Telecom Swisscom, UPC Cablecom, Canal - Sunrise, Netplus Startimes Maroc Telecom Sonatel Satcon Blueline	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVEUSEUR Orange, Free, Numericable, SFR, Canal Bouygues	OTT Molotov	
SVOD	SFR PLAY		
REGIE PUBLICITAIRE	FRANCE TELEVISIONS PUBLICITE	Gwenaëlle LESNE	

BOOMERANG

115/123, avenue Charles de Gaulle
92 200 Neuilly-sur-Seine
Tél/Fax : 01 72 25 00 00 / 18 36
www.boomerangtv.fr

Société éditrice : Turner Broadcasting System Europe Ltd.

Convention CSA : non

Lancement de la chaîne : 01/01/2003

Forme juridique : S.A.S.

THEMATIQUE	Jeunesse	
PUBLIC VISE	3-7 ans et parents	
PROGRAMMES PHARES	<i>Taffy ; Grizzly et les Lemmings ; Mr Bean ; les Looney Tune Shows ; Bugs Bunny ; Tom et Jerry Show, etc.</i>	
ACTIONNAIRE(S)	Turner Broadcasting System Europe	100 %
ORGANIGRAMME	SVP Europe du Sud et Afrique Directeur des chaînes Kids et General Entertainment France & Afrique Directeur des programmes et acquisitions Directeur Marketing, RP & Digital Vice-Président Commercial & Business Development territoires francophones, Afrique et Israël PR Executive	Jaime ONDARZA Julien BORDE Stéphane PASQUIER-MIYAZAKI Adrien FALLU Guillaume COFFIN Valérie LEROY

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	Panorama - Essentiel Famille	
	Orange	NON	Famille - anglophone - Divertissement
	Fransat	NON	Bouquet Jeunesse
Câble	SFR	NON	Power
ADSL	Canal	My Tv by Canal (Free) - Famille by Canal (Orange)	
	Orange	NON	OUI - Famille - Pack anglophone - Divertissement
	SFR	NON	Jeunesse - Power
	Free	NON	A la carte - Kids
	Molotov	NON	Basique Etendu
	Bouygues	NON	Famille - Jeunesse

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Guadeloupe, Martinique Ile Maurice Réunion Nouvelle-Calédonie Seychelles	SFR, Orange Mauritius Telecom SFR Réunion, Zeop Can'I Cable & Wireless
-----------------------------------	--	--

DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Luxembourg Madagascar Maroc Rwanda, Guinée, Burundi, DRC, Côte d'Ivoire, Congo Sénégal	Proximus, Voo, Netplus, Canal, Swisscom, Sunrise - UPC Cablecom Post Telecom Blueline Maroc Telecom Startimes, Sonatel Satcon
---------------------------------	---	--

SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR Free, Numericable, Canal, Orange, SFR, Bouygues	OTT Molotov
--	---	-----------------------

SVOD	SFR PLAY	
-------------	----------	--

REGIE PUBLICITAIRE	FRANCE TELEVISIONS PUBLICITE	Gwenaëlle LESNE
---------------------------	------------------------------	-----------------

C8

1, place du Spectacle
92 823 Issy-les-Moulineaux
Tél/Fax : 01 71 35 35 35
www.myCANAL.fr/chaînes/c8



Société éditrice : Groupe Canal+
Convention CSA : oui
Lancement de la chaîne : 07/10/2012

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 10 000 €
Effectif : NC

THEMATIQUE	Généraliste	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	<i>Touche pas à mon poste ! ; Balance ton post ! ; C'est que de la télé ; William à midi ; La Grande Darka ! ; Les animaux de la 8 ; Direct auto ; Langue de bois s'abstenir ; Enquête sous haute tension ; Enquêtes Paranormales ; De quoi j'me mêle ; Le mag qui fait du bien ; Voyage au bout de la nuit...</i>	
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits (% du volume de diffusion)	30 %
Part des différents genres de programmes	Fiction	17 %
	Cinéma	4 %
	Spectacle vivant	2 %
	Documentaires et magazines	27 %
	Information	1 %
	Sport - y compris information sportive	1 %
	Jeux et divertissements	28 %
	Autres	20 %
ORGANIGRAMME	Président du Directoire du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint du Groupe CANAL+, en charge de la France Directeur général des antennes du Groupe CANAL+ Directeur général de C8 Directeur du développement Directeur des programmes Directeurs des flux Directeur du spectacle vivant Directeur de la programmation Directrice de la communication Directrice de la promotion et des partenariats Directeur de la production	Maxime SAADA Frank CADORET Gérald-Brice VIRET Franck APPIETTO Damien HAMMOUCHI Vincent PUJOL Julien LALANDE & Alexandre ISRAEL Manuel COHEN SCALI Nicolas STERIN Virginie GRANDCLAUDE Nathalie LACAN Julien BOULAY
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles.	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Caraïbes, Réunion et Nouvelle-Calédonie	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Afrique, Luxembourg, Suisse	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE MyCANAL	TABLETTE MyCANAL
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR myCANAL	INTERNET myCANAL
RESEAUX SOCIAUX	SITE INTERNET www.myCANAL.fr/chaînes/c8 TWITTER @C8TV	FACEBOOK C8TV INSTAGRAM www.instagram.com/c8lachaîne
REGIE PUBLICITAIRE	CANAL+ BRAND SOLUTIONS	Francine MAYER francine.mayer@canal-plus.com

CANAL J

89, avenue Charles de Gaulle
92 575 Neuilly-sur-Seine cedex
Tel : 01 41 92 66 66
www.gulli.fr



Société éditrice : Jeunesse Thématiques
Création de la chaîne : 23/12/1985
Lancement de la chaîne : 23/12/1985

Convention CSA : oui
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 24 880 405 €

THEMATIQUE	Jeunesse		
PUBLIC VISE	Enfants (7-12 ans)		
PROGRAMMES PHARES	<i>Pokémon ; Power Rangers ; Oscar et Malika ; Denis et Scratch ; Lego Jurassic World ; Snack World ; Squish ; Oswald ; etc.</i>		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019	11h	
PROGRAMMATION	Fiction	10 %	
Part des différents genres de programmes	Animation	85 %	
	Jeux et divertissements	5 %	
ACTIONNAIRE(S)	Groupe M6	100 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	20 %	
	Abonnements	80 %	
ORGANIGRAMME	Directeur général des chaînes thématiques	Philippe BONY	
	Directeur délégué adjoint	Julien FIGUE	
	Directeur commercial et développement	Jean-René AUCOUTURIER	
	Directrice d'antenne	Caroline MESTIK	
	Directrice des programmes	Caroline ADELUS	
	Directrice de la communication	Samira CHAHBOUNE	
	Directrice de la production	Magali TORRICE-VINSON	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	OUI	NON
	Fransat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	Offres Canal+ DSL	NON	OUI
	Bouygues Telecom	OUI	NON
	Orange	OUI	NON
	Free	OUI	NON
Mobile / 3G	Canal+ Mobile	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Caraïbes, Martinique, Guadeloupe, Guyane, Mayotte		Canal+, Numericable, Canal+ Telecom
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique, Suisse, Luxembourg, Cameroun, Côte d'Ivoire, Guinée-Conakry, Haïti, Liban, Madagascar, Mali, Ile Maurice, Monaco		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR MyCANAL, Bouygues, Orange, SFR, Free pour abonnés MyCANAL	INTERNET MyCANAL.fr	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK, YOUTUBE Canal J	TWITTER @canalj	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE My J, application IOS et Android Application de MyCANAL, Orange et SFR	TABLETTE My J, application IOS et Android Application de MyCANAL, Orange et SFR	
REGIE PUBLICITAIRE	M6 PUBLICITE	Sophie RIVIERE Sophie.RIVIERE@gulli.fr	

CANAL+
(Premium, Cinéma,
Sport, Séries, Family,
Décalé)

1, place du Spectacle
92 863 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél : 01 71 35 35 35
www.canalplus.com / www.mycanal.fr
www.boutique.canalplus.com



Société éditrice : SECP (Société d'Édition de Canal Plus)

Convention CSA : oui

Création de la chaîne : 01/12/1983

Lancement de la chaîne : 04/11/1984

Forme juridique : S.A.

Capital : 95 018 076 €

THEMATIQUE Généraliste

PUBLIC VISE Tout public

ACTIONNAIRES de SECP

Vivendi	51,53 %
Groupe CANAL+	48,47 %

ORGANIGRAMME

Président du Directoire du Groupe CANAL+	Maxime SAADA
Directeur général adjoint du Groupe CANAL+, en charge de la France	Frank CADORET
Directeur général des antennes et des programmes	Gérald-Brice VIRET
Directeur général adjoint en charge de CANAL+ et des Antennes du Groupe CANAL+	Vincent NAVARRO
Directeur général adjoint antenne et programmes payants	Jean-Marc JURAMIE
Directrice de la communication et de la marque	Emilie PIETRINI
Directeur des programmes de flux	Franck APPIETTO
Directeur des sports	Thierry CHELEMAN
Directrice du pôle création originale	Arielle SARACCO
Directeur de la fiction française	Fabrice de la PATELLIERE
Directeur marketing, commerce et clients	Christophe PINARD-LEGRY

TNT Payante

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU ADSL/Fibre, Câble, Satellite, OTT

DISTRIBUTION CANAL+, Orange, SFR, Free, Bouygues Telecom

OFFRES Socle de l'ensemble de nos offres

DIFFUSION DANS LES DROM/ POM/COM/TOM
Via CANAL+ International

Martinique, Guadeloupe, Guyane, Réunion, Mayotte, Comores, Seychelles, Maurice, Futuna, Madagascar, Nouvelle-Calédonie, Wallis et

DIFFUSION HORS DE FRANCE

Corse, Monaco (via CANAL+ France), Suisse (via CANAL+ Suisse), Afrique (via CANAL+ International)

DIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :

MOBILE, PC/MAC, TABLETTE, TV CONNECTE
myCANAL
TV connectées

SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE

TELEVISEUR /CANAL+ A LA DEMANDE

INTERNET myCANAL

RESEAUX SOCIAUX

FACEBOOK
[canalplus](https://www.facebook.com/canalplus)
[mycanal](https://www.facebook.com/mycanal)
[lesseriescanal](https://www.facebook.com/lesseriescanal)
[cinemacanalplus](https://www.facebook.com/cinemacanalplus)

TWITTER
@canalplus
@myCANAL
@seriescanalplus
@cinemacanalplus

REGIE PUBLICITAIRE

CANAL+ BRAND SOLUTIONS

Francine MAYER (Présidente)
Francine.mayer@canal-plus.com
01 71 35 55 10

CARTOON NETWORK

115/123, avenue Charles de Gaulle
92 200 Neuilly-sur-Seine
Tél/Fax : 01 72 25 00 00 / 18 36
www.cartoonnetwork.fr



Société éditrice : Turner Broadcasting System Europe

Convention CSA : non

Lancement de la chaîne : 01/10/1999

Forme juridique : S.A.S.

THEMATIQUE	Jeunesse	
PUBLIC VISE	6-12 ans	
PROGRAMMES PHARES	<i>Gumball ; We Bare Bears ; Teen Titans Go! ; Mao Mao ; Adventure Time ; Victor et Valentino ; Craig de la Crique ; La Colo Magique, etc.</i>	
ACTIONNAIRE(S)	Turner Broadcasting System Europe	100 %

ORGANIGRAMME	SVP Europe du Sud et Afrique	Jaime ONDARZA
	Directeur des chaînes Kids et General Entertainment France & Afrique	Julien BORDE
	Directeur des programmes et acquisitions	Stéphane PASQUIER-MIYAZAKI
	Directeur marketing, RP & Digital	Adrien FALLU
	Vice-Président Commercial & Business DEVELOPMENT territoires francophones, Afrique et Israël	Guillaume COFFIN
	Public Relations Executive	Valérie LEROY
	Directrice de la publicité	Véronique DUPONT-MOREAU

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	Panorama - Essentiel Famille	NON
Câble	SFR Monaco Telecom	NON	OUI - Power Basique

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Guadeloupe, Martinique Tahiti Réunion Nouvelle-Calédonie Seychelles	SFR, Molotov Vini Canal Réunion Can'l Cable and Wireless
-----------------------------------	---	--

DIFFUSION HORS DE FRANCE	Maurice Belgique Suisse Luxembourg Maroc Madagascar Rwanda, Guinée, Burundi, DRC, Côte d'Ivoire, Congo Gabon Mali Liban	Mauritius Proximus, Voo, Orange Belgique Canal, Swisscom, Netplus, UPC Cablecom, Sunrise Post Telecom Maroc Telecom Blueline Startimes Satcon Malivision Cablevision
---------------------------------	---	---

SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEISEUR Canal, Numericable, Free, Orange, SFR	OTT Molotov
---	---	-----------------------

SVOD	SFR PLAY
-------------	----------

REGIE PUBLICITAIRE	FRANCE TELEVISIONS PBLICITE	Gwenaëlle LESNE
---------------------------	-----------------------------	-----------------

CHASSE ET PÊCHE

132, avenue du président Wilson
BP 95
93 213 La Plaine-Saint-Denis cedex
Tél/Fax : 01 49 22 20 01 / 22 35
www.chasseetpechetv.com

Société éditrice : AB Thématiques
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 02/04/1996
Lancement de la chaîne : 02/04/1996

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 11 327 890,17 €

THEMATIQUE	Documentaire		
PUBLIC VISE	39-59/60 et plus		
PROGRAMMES PHARES	<i>Chasseur Français, le mag ; Les tutos ; QVO (Québec à vol d'oiseau) ; Chasseur de l'extrême ; Mordu de la pêche ; Addiction pêche ; Hooké.</i>		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires et magazines	100 %	
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.S.	100 %	
ORGANIGRAMME	Représentant permanent d'AB THÉMATIQUES Directeur digital et distribution chaînes Directrice marketing et communication Directrice de l'antenne et de la programmation des chaînes Découverte et Sport Responsable éditorial Attachée de presse	Richard MAROKO Vincent GRYNBAUM Cécile BRINO Marie DE MAUBLANC Eric DUMONTET Katia DEPARIS	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	BIS TV	NON	OUI - Panorama
	Orange	NON	OUI - Sports Max / Famille / Intense
	Canal	NON	OUI - En option
ADSL	Free	NON	OUI - Pack BIS Premium / Pack BIS Ultimatum / Pack BIS Panorama / À la carte
	SFR	NON	OUI - Premium / Pass Découverte / Power / Power+
	Bouygues Orange	NON NON	OUI - Grand Angle OUI - Sports Max / Famille / Intense
Mobile / 3G	Orange Mobile	NON	OUI
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR OUI	INTERNET OUI	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK @ChasseETpecheTV YOUTUBE Chasse & Pêche	TWITTER @chassepecheTV INSTAGRAM @chassepechetv	
REGIE PUBLICITAIRE	RÉGIS, publicité et opérations spéciales 132, avenue du président Wilson BP 95 93 213 La Plaine Saint-Denis cedex	David BYWALSKI david.bywalski@mediawan.com 01 49 17 24 19	

CHÉRIE 25

46-50, avenue Théophile Gautier
75 203 Paris cedex 16
Tél/Fax : 01 40 71 39 29 / 34 92
www.nrj-play.fr/cherie25



Société éditrice : Chérie HD
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 12/12/2012
Lancement de la chaîne : 12/12/2012

Forme juridique : S.A.S
Capital : 3 924 492 €

THEMATIQUE	Généraliste - Féminine	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	<i>Sous les jupons de l'histoire ; Snapped les femmes tueuses ; Le jour où tout a basculé...</i>	
ACTIONNAIRE(S)	Boileau TV	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directrice de la stratégie programmation et acquisitions Directrice de la communication Pôle TV & des relations publiques NRJ Group Directrice des relations presse NRJ Group Directeur des productions	Guillaume PERRIER Céline CHANAT Candice de SAINT PERN Anne BIDOLI Mathieu PINGANAUD
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT, sur toutes les box ADSL, fibre et câble ainsi que via les offres satellite de Canal, de TNT Sat et de Fransat	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Chérie 25 Replay disponible sur Free, SFR, SFR Fibre, Orange, Bouygues Telecom et téléviseurs connectés HbbTV INTERNET www.nrj-play.fr/cherie25	TABLETTE Chérie 25 Replay disponible sur iOS, Android
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK cherie25 TWITTER @cherie25tv	INSTAGRAM cherie25tv
REGIE PUBLICITAIRE	NRJ GLOBAL www.nrjglobal.com	Sébastien BRIZARD sbrizard@nrjglobal.fr 01 40 71 44 06

CINÉ+
(Premier, Frisson,
Emotion, Famiz, Club,
Classic)

1, place du Spectacle
92 863 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél : 01 71 35 35 35
www.cineplus.fr
www.mycanal.fr



Société éditrice : CANAL+ Thématiques
Convention CSA : oui
Création des chaînes CINE+ : 17/5/11
Origine : Cinécinémas - sept. 1988

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 22 557 312 €

THEMATIQUE	Cinéma	
PUBLIC VISE	Tout public	
ACTIONNAIRE de CANAL+ Thématiques	Groupe CANAL+	100 %
ORGANIGRAMME	Président du Directoire du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint du Groupe CANAL+, en charge de la France Directeur général des antennes et des programmes du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint antenne et programmes payants Directeur de CINE+ Directrice des chaînes CINE+ Premier, Emotion, Frisson Directeur des chaînes CINE+ Classic, Club, Famiz Directrice de la communication et de la marque Groupe CANAL+	Maxime SAADA Frank CADORET Gérald-Brice VIRET Jean-Marc JURAMIE Vincent GIRERD Myriam HACENE Bruno DELOYE Emilie PIETRINI
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION		
RESEAU	ADSL/Fibre, Câble, Satellite, OTT	
DISTRIBUION	CANAL+, Orange, SFR, Free, Bouygues Telecom	
OFFRES	Pack Ciné Séries+ / Intégrale+	
DIFFUSION DANS LES DROM/POM/COM/TOM Via CANAL+ International	6 chaînes Caraïbes Réunion, Mayotte Nouvelle-Calédonie	Canal, Orange, SFR, Mediaserv Canal, Parabole Réunion, Orange, SFR Canal
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Suisse (via CANAL+ Suisse), Belgique Afrique (via CANAL+ International)	Voo BeTV, Canal Suisse, UPC Cablecom, Swisscom, Net+ Canal+ Afrique, Parabole Maurice & Madagascar
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE, TABLETTE, PC/MAC myCANAL TV connectées	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR CANAL+ A LA DEMANDE	INTERNET myCANAL
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK cineplus.fr mycanal	TWITTER @mycineplus @myCANAL
REGIE PUBLICITAIRE	CANAL+ BRAND SOLUTIONS	Francine MAYER Francine.mayer@canal-plus.com

CLIQUE TV

1, place du spectacle
92 130 Issy-les-Moulineaux
<http://www.clique.tv/>



Société éditrice : société Clique TV

Convention CSA : Oui

Création de la chaîne : novembre 2018

Lancement de la chaîne : 4 novembre 2018

Forme juridique : SAS

Capital : 10 000 €

THEMATIQUE	Musicale et talk nouvelle génération	
PUBLIC VISE	Millenials	
PROGRAMMES PHARES	<i>Clique Clique, Clique Dimanche, Clique Paulette, Clique X, La Playlist de..., Clique Classics, La Méthode Boulanouar, Clique de, Clique Sport, Clique Report, Clips musicaux, Besto Friendo.</i>	
ACTIONNAIRE(S)	Société MTH (Groupe CANAL+)	60 %
	Première Foix Production	40 %
ORGANIGRAMME	Président du Directoire du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint du Groupe CANAL+, en charge de la France Directeur général des antennes et des programmes du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint antennes et programmes payants Président de Clique TV Directeur général Clique TV Responsable éditorial Clique TV Responsable de production Clique TV Directrice de la communication et de la marque Groupe CANAL+	Maxime SAADA Frank CADORET Gerald-Brice VIRET Jean-Marc JURAMIE Mouloud ACHOUR Rudy TAIEB Anthony CHEYLAN Laïla EL MANSOUR Emilie PIETRINI
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION		
RESEAU	ADSL/Fibre, Câble, Satellite, OTT	
DISTRIBUTION	CANAL+, Orange, SFR, Free, Bouygues Telecom	
OFFRES	Pack Famille+, Intégrale+, option "Nouvelle Génération, Panorama, TV by CANAL, Famille by CANAL	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	NON	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	NON	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR CANAL+ A LA DEMANDE	INTERNET myCANAL
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE/TABLETTE, PC/MAC, TV Connectée myCANAL	
RESEAUX SOCIAUX :	FACEBOOK Cliquetv/	TWITTER @cliquetv
REGIE PUBLICITAIRE	CANAL+ BRAND SOLUTIONS	Francine MAYER (Présidente) Francine.mayer@canal-plus.com

CNEWS

1, rue Les enfants du paradis
92 652 Boulogne-Billancourt
Tél/Fax : 01 71 35 35 35
www.cnews.fr

**Société éditrice** : SESI**Convention CSA** : oui**Création de la chaîne** : 04/11/1999**Lancement de la chaîne** : 04/11/1999**Forme juridique** : S.N.C.**Capital** : 7 500 €

THEMATIQUE	Information	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	<i>La Matinale ; L'Heure des Pros ; Morandini Live ; Midi News, Carrefour de l'Info, Punchline ; Face à l'Info ; Soir Info ; 20H Foot ; Intégrale Week-end ; La Matinale Week-End ; Bonjour Dr Milhau ; L'Hebdo de l'Eco ; Le Grand Rendez-Vous...</i>	
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	100 %
Part des différents genres de programmes	Information	100 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe CANAL+	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	100 %
ORGANIGRAMME	Président du Directoire du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint du Groupe CANAL+, en charge de la France Directeur général des antennes du Groupe CANAL+ Directeur général CNEWS Directeur délégué de l'information Directrice de la communication	Maxime SAADA Frank CADORET Gérald-Brice VIRET Serge NEDJAR Thomas BAUDER Virginie GRANDCLAUDE
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Antilles, Guyane, Nouvelle-Calédonie, Wallis et Futuna, Réunion, Mayotte	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Afrique (plus de 40 pays) Haïti, République Dominicaine, Guadeloupe, Martinique, Guyane Française, Venezuela	Australie, Réunion, Mayotte, Madagascar, Maurice, Seychelles, Nouvelle-Calédonie, Wallis et Futuna
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR myCANAL	INTERNET myCANAL
DIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE myCANAL	TABLETTE myCANAL
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK CNEWS	TWITTER @CNEWS / @CNEWSLesOFF
REGIE PUBLICITAIRE	CANAL+ BRAND SOLUTIONS	Francine MAYER francine.mayer@canal-plus.com

COMÉDIE+

1, place du Spectacle
 92 863 Issy-les-Moulineaux cedex 9
 Tél : 01 71 35 35 35
www.comedieplus.fr
www.mycanal.fr

Société éditrice : CANAL+ Thématiques
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 29/11/1997

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 22 557 312 €

THEMATIQUE	Fiction et divertissement	
PUBLIC VISE	Tout public	
ACTIONNAIRE de CANAL+ Thématiques	Groupe CANAL+	100 %
ORGANIGRAMME	Président du Directoire du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint du Groupe CANAL+, en charge de la France Directeur général des antennes et des programmes du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint antenne et programmes payants Directeur de l'unité de contenus Spectacle Vivant Directrice des programmes Comédie+ Directrice de la communication et de la marque Groupe CANAL+	Maxime SAADA Frank CADORET Gérard-Brice VIRET Jean-Marc JURAMIE Manuel COHEN SCALI Marie BONARD Emilie PIETRINI
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION		
RESEAU	ADSL/Fibre, Câble, Satellite, OTT	
DISTRIBUTION	CANAL+, Orange, SFR, Free, Bouygues Telecom	
OFFRES	Pack Famille+, INTEGRALE+, Panorama, TV by CANAL, Famille by CANAL	
DIFFUSION DANS LES DROM/POM/COM/TOM Via CANAL+ International	Caraïbes Réunion, Mayotte Nouvelle-Calédonie Polynésie	Canal Canal, Parabole Réunion Canal Vini
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse (via CANAL+ Suisse), Monaco (via CANAL+ France), Afrique (via CANAL+ International)	Voo Be TV, SFR, Telesat, SFR Belgique Canal, UPC Cablecom, Cablecom, Swisscom, Net+ Monaco Telecom Canal Afrique, Parabole Maurice & Madagascar
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR CANAL+ A LA DEMANDE	INTERNET myCANAL
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE, TABLETTE, PC/MAC, TV Connectée myCANAL	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK comedieplus mycanal	TWITTER @comedie_plus @myCANAL
REGIE PUBLICITAIRE	CANAL+ BRAND SOLUTIONS	Francine MAYER francine.mayer@canal-plus.com

COMEDY CENTRAL

22, rue Jacques Dulud
92 521 Neuilly-sur-Seine cedex
Tél : 01 70 94 94 94
www.comedycentral.fr



Société éditrice : ViacomCBS Networks France
Convention CSA : NON
Création de la chaîne : 1991
Lancement de la chaîne : octobre 2018

Forme juridique : SARL
Capital : NC
Effectif : >100

PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019	10 heures (lancement en octobre 2018)	
THEMATIQUE	Comédie / Humour		
PUBLIC VISE	15-34 ans / 25-49 ans / CSP+		
PROGRAMMES PHARES	<i>Le daily show avec Trevor Noah ; South Park ; Teachers ; The Other two ; How I Met Your Mother...</i>		
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	50 %	
Part des différents genres de programmes	Séries	45 %	
	Divertissements	30 %	
	Talk	10 %	
	Sketch / Show	15 %	
ACTIONNAIRE(S)	Viacom International	100 %	
ORGANIGRAMME	Gérant	Thierry CAMMAS	
	Directeur des programmes	Jean-Marc DUPIRE	
	Responsable programmation	Angélique GRIMOUX	
	Directeur promotion/communication/marketing	Nicolas BESNIER	
	Directeur digital	Nicolas DOMONT	
	Directrice juridique	Céline FERTE	
	Directrice des études	Muriel FERRERO	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Câble	SFR	OUI	NON
SATELLITE	CANAL	OUI	NON
ADSL	Bouygues Telecom, Free, SFR, Orange, Videofutur, CANAL	OUI	NON
Mobile/3G	Appli Comedy Central, SFR-TV, Orange TV, POP CULTURE (Bouygues Telecom), Molotov, MyCANAL	OUI	-
OTT	Molotov	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Guadeloupe, Martinique, Réunion	WSG, MTVC, VITIS, OMT, Orange, etc...	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	NON	-	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR Orange, Free, Bouygues Telecom, Molotov, SFR, CANAL	INTERNET MOBILE TABLETTE Orange, Molotov, SFR, CANAL, Bouygues Telecom, MyCANAL	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK Comedycentralfr TWITTER @ComedyCentralFR	INSTAGRAM @comedycentralfr	
REGIE PUBLICITAIRE	VIACOM CBS NETWORKS FRANCE	Philippe LARRIBAU - Directeur Philippe.larribau@vimn.com	

CRIME DISTRICT

43, boulevard Pierre Frieden
L- 1543 Luxembourg
<http://www.crimedistrict.tv>

Société éditrice : AB Entertainment S.A.
Concession luxembourgeoise : Oui
Création de la chaîne : 11/02/2016
Lancement de la chaîne : 11/02/2016

Forme juridique : S.A. de droit luxembourgeois
Capital : 8 394 325 €
Effectif : NC

THEMATIQUE	Documentaire		
PUBLIC VISE	Tout Public		
PROGRAMMES PHARES	<i>48 heures pour un crime ; The redemption project ; I survive, Killer Profile ; Les faits Karl Zero ; American Ripper ; Nurses who kill.</i>		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Part de programmes inédits Documentaires et magazines	10 % 100 %	
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.	100 %	
ORGANIGRAMME	Membres du conseil d'administration Directeur digital et distribution des chaînes Directrice marketing et communication Directrice de l'antenne et de la programmation des chaînes Découverte et Sport Responsable éditorial Attachée de presse	Pierre-Antoine CAPTON, Richard MAROKO et Guillaume IZABEL Vincent GRYNBAUM Cécile BRINO Marie DE MAUBLANC William LEFEVRE Monique DIOUF	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
	BIS TV	NON	OUI - Panorama
ADSL	Orange, Bouygues Free	NON NON NON	OUI - Famille / Intense OUI - Grand Angle OUI - Pack BIS Premium / À la carte
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEISEUR En cours (Orange)	INTERNET OUI	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK CrimeDistrictOfficiel YOUTUBE Crime District	TWITTER @Crime_district	
REGIE PUBLICITAIRE	RÉGIS, publicité et opérations spéciales 132, avenue du président Wilson BP 95 93 213 La Plaine Saint-Denis cedex	David BYWALSKI david.bywalski@mediawan.com 01 49 17 24 19	



1, place du Spectacle
92 823 Issy-les-Moulineaux
Tél/Fax : 01 71 35 35 35
www.myCANAL.fr/chaînes/cstar



Société éditrice : Groupe Canal+
Convention CSA : oui
Lancement de la chaîne : 07/10/2012

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 10 000 €
Effectif : NC

THEMATIQUE	Musicale	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	<i>Top Streamin ; Pawn Stars ; Top CSTAR ; Top Albums</i>	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Fiction Cinéma Spectacle vivant Documentaires et magazines Vidéomusiques Jeux et divertissements Autres	5 % 2 % 11 % 14 % 50 % 63 % 16 %
ORGANIGRAMME	Président du Directoire du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint du Groupe CANAL+, en charge de la France Directeur général des antennes du Groupe CANAL+ Directeur général de CSTAR Directeur de la programmation Directrice de la communication Directrice de la promotion Directeur marketing et études Directeur de la production Directeur musique et divertissement	Maxime SAADA Frank CADORET Gérald-Brice VIRET Christophe SABOT Nicolas STERIN Virginie GRANDCLAUDE Nathalie LACAN Guillaume LARTIZIEN Julien BOULAY Guillaume LASSALLE
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles.	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Caraïbes, Réunion, Nouvelle-Calédonie	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique, Afrique, Luxembourg	
SERVICES DE CATCH-UP	TELEVISEUR myCANAL	INTERNET myCANAL
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE MyCanal	TABLETTE MyCanal
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK CSTAR TWITTER @CSTAR	INSTAGRAM cstarlachaîne
REGIE PUBLICITAIRE	CANAL+ BRAND SOLUTIONS	Francine MAYER francine.mayer@canal-plus.com

DEMAIN !

11, rue Erard
75 012 PARIS
Tél/Fax : 01 45 36 89 00 / 01
www.demain.fr



Société éditrice : Demain Saison 2
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 29/11/1997
Lancement de la chaîne : 29/11/1997

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 450 000 €
Effectif : 11

THEMATIQUE	Service et initiatives		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMES PHARES	Services : <i>Journal de l'Emploi, SOS Campagne, employeur de marque orientation l'invité, Enquête d'emplois ITV campus ;</i> Entrepreneuriat : <i>Label Entreprise, Business Woman, Paroles d'expert, t'inquiète je gère ;</i> Musique : <i>En acoustique ;</i> Territoire : <i>Demain La Cité, Fenêtre sur..., Terres de France, Intérêt général et territoires ;</i> Documentaires : <i>architecture, société.</i>		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019	322 heures	
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	80 % (20 % de rediffusion n-1 et autres chaînes)	
Part des différents genres de programmes	Documentaires Magazines plateaux Autres	4 % 43 % 53 % (info service)	
ACTIONNAIRE(S)	SPMI		
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité Autres	5 % 95 %	
ORGANIGRAMME	Président Directeur d'antenne Production Partenariats	Pierre AZOULAY Jérôme JOINET Virginie SCHMIDT Jérôme CALTRAN	
RESEaux DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Câble		OUI	NON
ADSL	Orange, Free, SFR, Bouygues	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	NON		
DIFFUSION HORS DE FRANCE	NON		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR NON	INTERNET Quelques émissions ou extraits sur www.demain.fr	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON	
RESEaux SOCIAUX	FACEBOOK Demain !		
REGIE PUBLICITAIRE	Régie publicitaire intégrée + RTR	Estelle BELMAZEITOUN rtr@rtr-pub.fr 01 58 68 61 26	

DISCOVERY CHANNEL

3, rue Gaston et René Caudron
92 798 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél/Fax : 01 40 93 80 00 / 83 83
www.discoverychannel.fr



Société éditrice : Discovery Communications

Création de la chaîne : 01/09/2004

Lancement de la chaîne : 01/09/2004

Convention CSA : non

Forme juridique : S.A.S.

THEMATIQUE	Documentaire		
PUBLIC VISE	Hommes 25-39 ans		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires et magazines	100 %	
PROGRAMMES PHARES	<i>Alaska : la ruée vers l'or ; Péril en haute mer ; Occasions à saisir ; Retour à l'instinct primaire ; Américars...</i>		
ORGANIGRAMME	President and Managing Director - EMEA Senior Vice President, Directeur General - Discovery France Directrice des chaînes Discovery France Senior Manager Marketing & Communication France - Discovery / Eurosport	Kasia KIELI Laurent PRUD'HOMME Lorenza RADICI-BLACTOT Mathieu BESSON	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Câble	SFR	NON	OUI
ADSL	SFR	NON	OUI
Mobile / 3G	SFR TV	NON	OUI
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUR SFR Play	INTERNET SFR Play	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK discoverychannel France TWITTER @discoveryFR	YOUTUBE Discovery Channel France	
REGIE PUBLICITAIRE	CANAL+ BRAND SOLUTIONS	1, rue les Enfants du Paradis 92 100 Boulogne-Billancourt 01 71 35 35 35	

DISCOVERY FAMILY

3, rue Gaston et René Caudron
92 798 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél/Fax : 01 40 93 80 00 / 83 83
www.discoveryfamily.fr



Société éditrice : Discovery Communications

Création de la chaîne : 14/09/2017

Lancement de la chaîne : 14/09/2017

Convention CSA : non

Forme juridique : S.A.S.

THEMATIQUE	Divertissement		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMES PHARES	<i>Cake Boss ; Hell's Cat ; Dr. Dee ; Vêto en Alaska...</i>		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires et magazines	100 %	
ORGANIGRAMME	President and Managing Director - Discovery Networks Southern Europe Country Manager France and Sports Rights Southern Europe - Discovery / Eurosport Directrice des chaînes Discovery France Senior Manager Marketing & Communication France - Discovery / Eurosport	Marinella SOLDI Laurent PRUD'HOMME Lorenza RADICI-BLACTOT Mathieu BESSON	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Câble	SFR	NON	OUI
ADSL	SFR	NON	OUI
Mobile / 3G	SFR TV	NON	OUI
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVEUSEUR SFR Play	INTERNET SFR Play	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK Discovery Family France	TWITTER @discoveryFR	
REGIE PUBLICITAIRE	CANAL+ BRAND SOLUTIONS	1, rue les Enfants du Paradis 92 100 Boulogne-Billancourt 01 71 35 35 35	

DISCOVERY INVESTIGATION

3, rue Gaston et René Caudron
92 798 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél/Fax : 01 40 93 80 00 / 83 83
www.discoveryinvestigation.fr



Société éditrice : Discovery Communications

Création de la chaîne : 15/12/2016

Lancement de la chaîne : 15/12/2016

Convention CSA : non

Forme juridique : S.A.S.

THEMATIQUE	Crime/Investigation	
PUBLIC VISE	Femmes 25-49 ans	
PROGRAMMES PHARES	<i>Péchés mortels ; Le meurtre & moi ; Journal d'un crime ; Mon voisin le tueur ; Le mal en héritage...</i>	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires / Fictions	100 %
ORGANIGRAMME	President and Managing Director - EMEA Senior Vice President, Directeur General - Discovery France Directrice des chaînes Discovery France Senior Manager Marketing & Communication France - Discovery / Eurosport	Kasia KIELI Laurent PRUD'HOMME Lorenza RADICI-BLACTOT Mathieu BESSON

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Câble	Numericable	NON	OUI
ADSL	SFR	NON	OUI
Mobile / 3G	SFR TV	NON	OUI
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUSEUR SFR Play	INTERNET SFR Play	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK Discovery Investigation France TWITTER @discoveryFR	YOUTUBE Discovery Investigation France	
REGIE PUBLICITAIRE	CANAL+ BRAND SOLUTIONS	1, rue les Enfants du Paradis 92 100 Boulogne-Billancourt 01 71 35 35 35	

DISCOVERY SCIENCE

3, rue Gaston et René Caudron
92 798 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél/Fax : 01 40 93 80 00 / 83 83
www.discoveryscience.fr



Société éditrice : Discovery Communications

Création de la chaîne : 18/09/2012

Lancement de la chaîne : 18/09/2012

Convention CSA : non

Forme juridique : S.A.S.

THEMATIQUE	Documentaire		
PUBLIC VISE	Hommes 25-39 ans		
PROGRAMMES PHARES	<i>Mythbusters ; Dr. Pimple Popper ; Street Science ; Space Week ; Les clés de l'univers...</i>		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires et magazines	100 %	
ORGANIGRAMME	President and Managing Director - EMEA Senior Vice President, Directeur General - Discovery France Directrice des chaînes Discovery France Senior Manager Marketing & Communication France - Discovery / Eurosport	Kasia KIELI Laurent PRUD'HOMME Lorenza RADICI-BLACTOT Mathieu BESSON	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Câble	Numericable	NON	OUI
ADSL	SFR	NON	OUI
Mobile / 3G	SFR TV	NON	OUI
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR SFR Play	INTERNET SFR Play	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK Discovery Science France TWITTER @discoveryFR	YOUTUBE Discovery Science France	
REGIE PUBLICITAIRE	CANAL+ BRAND SOLUTIONS	1, rue les Enfants du Paradis 92 100 Boulogne-Billancourt 01 71 35 35 35	

**DISNEY CHANNEL
DISNEY CHANNEL+1**

25, quai Panhard et Levassor
75 644 Paris cedex 13
Tél : 01 73 26 50 00
www.disney.fr



Société éditrice : The Walt Disney Company France SAS

Convention CSA : oui

Lancement Disney Channel : 09/07/1996

Lancement Disney Channel+1 : 02/11/2002

Forme juridique : S.A.S.

Capital : 384 810 €

THEMATIQUE	Jeunesse		
PUBLIC VISE	Enfants de 6 à 12 ans		
PROGRAMMES PHARES	<i>Elena d'Avalor ; Miraculous ; Les Aventures de Ladybug et Chat Noir ; 101 rue des Dalmatiens ; Raiponce la série ; Hotel Transylvanie ; Descendants ; BIA ; Léna Rêve d'Etoile...</i>		
PRODUCTION	Investissements en quotas européens de programmes pour la chaîne en 2019	53 heures	
PROGRAMMATION	Part des différents genres de programmes		
	Animation	67 %	
	Série fiction	17 %	
	Téléfilms	2 %	
	Longs métrages	1 %	
	Autres	13 %	
ORGANIGRAMME	Président Directrice générale Hélène ETZI		
	Directrice des programmes et des acquisitions	Pauline DAUVIN	
	Directrice marketing et services créatifs	Claire MATIGNON	
	Juridique	François-Xavier BOURDIER	
	Achats programmes	Archibald REBECHE	
	Digital	David POPINEAU, Pénélope CHAPELAIN-MIDY	
	Communication	Nathalie DRAY, Hélène WETZEL	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	Orange, Bouygues, SFR, Free	OUI	NON
Mobile/3G	Orange Mobile, SFR Mobile, Canal Mobile	OUI	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	La Réunion, Nouvelle-Calédonie	Canal Overseas	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Suisse Luxembourg Polynésie	Tele Club, Naxoo Tango TNS	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUR Disney Channel Replay	INTERNET Disney Channel Replay	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Disney Channel Replay	TABLETTE Disney Channel Replay	
RESEAUX SOCIAUX	YOUTUBE Disney Channel FR INSTAGRAM Disney Channel FR	TWITTER @disneychannelfr	
REGIE PUBLICITAIRE	DISNEY MEDIA & partenariats, relations commerciales DISNEY MEDIA & partenariats, promotion des offres et opérations	Laura JACQUIN Julie JOLY	

DISNEY CINÉMA
DISNEY CINÉMA HD

3 Queen Caroline Street
Hammersmith
London W6 9PE
United Kingdom



Société éditrice : The Walt Disney Company Limited

Convention CSA : non

Création de la chaîne : 04/09/2007

Lancement de la chaîne : 30/11/2007

Forme juridique : PLC

THEMATIQUE	Cinéma
PUBLIC VISE	Familles
PROGRAMMES PHARES	<i>Ralph 2.0 ; Star Wars : les Derniers Jedi ; Un Raccourci dans le Temps ; Les Indestructibles 2 ; Le Roi Lion ; Pirates des Caraïbes ; La Belle et la Bête</i>
ORGANIGRAMME	Direction régionale Media Networks Direction juridique
	Diego LONDONO Simon TAYLOR

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	NON	OUI - Chaînes Ciné Séries
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Réunion, Nouvelle-Calédonie...		CanalSat Overseas
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Suisse Luxembourg Belgique Polynésie		Tango Tele Club Belgacom, Be TV TNS
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUSEUR Disney Cinema Replay		INTERNET NON
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON		TABLETTE NON
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK NON		TWITTER NON

**DISNEY
JUNIOR**

3 Queen Caroline Street
Hammersmith
London W6 9PE
United Kingdom



Société éditrice : The Walt Disney Company Limited

Convention CSA : non

Création de la chaîne : 29/07/1996

Lancement de la chaîne : 02/11/2002

Forme juridique : PLC.

THEMATIQUE	Jeunesse		
PUBLIC VISE	Enfants de 3 à 6 ans et leurs parents		
PROGRAMMES PHARES	<i>Mickey et ses Amis ; Top Départ ; Vampirina ; Le Monde de Bingo et Rolly ; Pyjamasques ; La Garde du Roi Lion ; Fancy Nancy Clancy ; Muppet Babies</i>		
PROGRAMMATION			
Part des différents genres de programmes	Animation	90 %	
	Divertissement	1 %	
	Films / TV Films	1 %	
	Publicité	4 %	
	Promotions	3 %	
	Habillage	1 %	
ORGANIGRAMME	Direction régionale Media Networks	Diego LONDONO	
	Direction juridique	Simon TAYLOR	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	OUI - Essentiel Famille	NON
Mobile/3G	Canal Mobile		
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Réunion, Nouvelle-Calédonie...	CanalSat Overseas	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Suisse Luxembourg Belgique Polynésie	Tele Club Tango Belgacom, Be TV TNS	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR Disney Junior Replay	INTERNET My Canal	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE My Canal	TABLETTE My Canal	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK Disney Junior	YOUTUBE Disney Junior	
REGIE PUBLICITAIRE	DISNEY MEDIA et partenariats, relations commerciales DISNEY MEDIA et partenariats, promotion des offres et opérations	Laura JACQUIN Julie JOLY	

DISNEY XD

3 Queen Caroline Street
Hammersmith
London W6 9PE
United Kingdom



Société éditrice : The Walt Disney Company Limited

Convention CSA : non

Création de la chaîne : 01/04/2009

Lancement de la chaîne : 01/04/2009

Forme juridique : PLC

THEMATIQUE Jeunesse

PUBLIC VISE Garçons de 6 à 9 ans

PROGRAMMES PHARES *La Bande à Picsou ; Baymax et les Nouveaux Héros ; Onze ; Marvel Spider-Man ; Star Wars Resistance ; La Loi de Milo Murphy ; Phinéas & Ferb.*

PROGRAMMATION

Part des différents genres de programmes	Animation	80 %
	Série fiction	8 %
	Magazines	1 %
	Longs métrages	0,5 %
	Publicité	6 %
	Habillage	3 %

ORGANIGRAMME Direction régionale Media Networks Diego LONDONO
Direction juridique Simon TAYLOR

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	OUI - Essentiel Famille	NON
Mobile/3G	Canal Mobile		

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM Réunion, Nouvelle-Calédonie... Canal Overseas

DIFFUSION HORS DE FRANCE

Suisse	Tele Club, Naxoo
Luxembourg	Tango
Belgique	Belgacom, Be TV
Polynésie	TNS

SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE **TELEVISEUR** Disney XD Replay **INTERNET** My Canal

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR : **MOBILE** My Canal **TABLETTE** My Canal

RESEAUX SOCIAUX **YOUTUBE** Disney XD FR

REGIE PUBLICITAIRE DISNEY MEDIA et partenariats, relations commerciales Laura JACQUIN
DISNEY MEDIA et partenariats, promotion des offres et opérations Julie JOLY

E! ENTERTAINMENT

E Entertainment UK Ltd
Central Saint Giles
1 St Giles High St.
London WC2H 8NU
Royaume-Uni
Tél : 0044 (0) 207 297 5050
<http://www.eonline.com/fr>

Société éditrice : E! Entertainment UK Ltd
Convention CSA : non

Forme juridique : LTD

THEMATIQUE	Divertissement		
PUBLIC VISE	Fans de la culture pop		
PROGRAMMES PHARES	La chaîne de la culture pop avec des séries réalités comme <i>L'Incredible Famille Kardashian</i> , <i>Chirurgie à tout prix</i> , <i>Revenge Body with Khloe Kardashian</i> , <i>Hollywood Medium</i> , <i>True Hollywood Story</i> et l'accès aux tapis rouges des plus grandes cérémonies.		
ACTIONNAIRE(S)	NBCUniversal	100 %	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
XDSL / FTTX / Cable / Satellite	SFR	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Caraïbes, Réunion, Mayotte, Nouvelle-Calédonie, Polynésie	SFR	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Luxembourg Monaco Afrique	VOO, Proximus, SFR UPC, Net+ Tango Monaco Telecom Les bouquets Canal+, Bleusat, Blueline, Startimes, Malivision, Mauritius Telecom	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVEUR SFR	INTERNET tv.sfr.fr	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE SFR TV E! La Chaîne en Live et en Replay	TABLETTE SFR TV E! La Chaîne en Live et en Replay	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK E! Entertainment TWITTER @eonlineFR	INSTAGRAM @eentertainmentfr	
REGIE PUBLICITAIRE	FRANCE TELEVISIONS PUBLICITE	Nathalie DINIS CLEMENCEAU nathalie.clemenceau@francetvpub.fr 01 56 22 63 45	

ÉQUIDIA

ZAC Kléber
165, boulevard de Valmy
92 700 Colombes
Tél/Fax : 01 46 52 89 00 / 21 61
www.equidia.fr

Société éditrice : S.A.S. Equidia
Création de la chaîne : 20/09/1999
Lancement de la chaîne : 20/09/1999

Convention CSA : oui
Forme juridique : S.A.S.

THEMATIQUE	Hippisme - Infos		
PUBLIC VISE	Turfistes, parieurs, passionnés des courses hippiques		
PROGRAMMES PHARES	<i>Le Grand Direct ; Le Grand Débrief ; Top Courses ; LGH La Grande Heure ; Décryptage ; La Course du Quinté+ ; 3 minutes pronos ; etc.</i>		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Sport – y compris information sportive	100 %	
ACTIONNAIRE(S)	Le Trot France Galop PMU	47,5 % 47,5 % 5,0 %	
ORGANIGRAMME	Directeur général Secrétaire général Directeur de la rédaction Responsable des antennes Responsable des technologies Responsable marketing et communication	Arnaud de COURCELLES Thomas PELLOQUIN Arnaud de COURCELLES Eric LAPAUZE Guy SALMON Lilian BAUDARD	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal, Orange, BIS TV	OUI	OUI - Bouquet Sport Canal
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	Free, SFR, Bouygues, Orange, Canal DSL	OUI	NON
Mobile / 3G	Orange Mobile, SFR Mobile, Bouygues Telecom	OUI OUI	NON NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Caraïbes, Ile Maurice, Nouvelle-Calédonie Réunion		CanalSat, Orange, Outremer Telecom CanalSat SFR Réunion, Outremer Telecom, Orange, Zeop
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Suisse Belgique Luxembourg Monaco		Canal Suisse, UPC/Cablecom, Teleclub, Net Plus Voo SFR Monaco Telecom
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR Equidia - Free, Numericable, SFR, Canal, Orange		INTERNET Equidia - equidia.fr
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Application « Equidia »		TABLETTE Application « Equidia »
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK, YOUTUBE, INSTAGRAM Equidia		TWITTER @Equidia
DEVELOPPEMENTS 2019	Nouvelle application mobile, nouvelle grille de programmes, intégration de la réalité augmentée à l'antenne et des données de tracking, plus de caméras dans les coulisses des courses (salle des commissaires, des jockeys, etc.) et sur les hippodromes pour mieux valoriser le spectacle des courses, nouvelle page d'accueil sur Equidia.fr		
REGIE PUBLICITAIRE	REMICS & Cie		Remi COLLARD remi@remicsetcompagnie.com 01 76 61 83 60

EURONEWS

56, quai Rambaud
69 002 Lyon
Tél : 04 28 67 00 00
www.euronews.com www.africanews.com

Société éditrice : Euronews S.A.
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/08/1992
Lancement de la chaîne : 01/01/1993

Forme juridique : S.A.
Capital : 32 860 170 €
Effectif : 450

THEMATIQUE	Information		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMES PHARES	<i>The Global Conversation ; Insiders ; Space, No Comment ; Futuris ; Business Planet.</i>		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Information		100 %
ACTIONNAIRE(S)	Media Globe Networks Universal Studios Limited (NBC News) 20 groupes audiovisuels publics + 3 collectivités locales		62,73 % 25 % 12,27 %
ORGANIGRAMME	Président du Conseil de surveillance Vice-président du Conseil de surveillance et Président du Conseil éditorial Président du Directoire Directeur de la rédaction Directeur administratif et financier Directeur des ressources humaines Directeur des opérations Directrice commerciale		Naguib SAWIRIS Paolo GARIMBERTI Michael PETERS Françoise CHAMPEY Jahed SHAMREIZ Christophe DES ARCIS François SCHMITT Carolyn GIBSON
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal+, Orange, TNT Sat	OUI	NON
Câble	SFR Numericable, Usine électricité de Metz, Vialis + régies	OUI	NON
ADSL	Canal+ DSL, Orange,	OUI	NON
	SFR, Free, Bouygues	OUI	OUI - Bouquets linguistiques
	Alchimie, Molotov	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Nouvelle-Calédonie, Antilles		Telenet, C'nal, le câble Antilles
DIFFUSION HORS DE FRANCE	160 pays à travers le monde		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Replay : Free, Numericable		INTERNET www.euronews.com/live
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE https://www.euronews.com/follow-us		TABLETTE Euronews Live / Euronews Radio http://www.euronews.com/apps/
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK, YOUTUBE, GOOGLE+ Euronews TWITTER @euronews		TUMBLR euronews-tv
REGIE PUBLICITAIRE	EURONEWS SALES		Carolyn GIBSON carolyn.gibson@euronews.com +442076329775

EUROSPORT 1

3, rue Gaston et René Caudron
92 798 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél/Fax : 01 40 93 80 00 / 83 83
www.eurosport.fr



Société éditrice : Eurosport S.A.S
Création de la chaîne : 01/02/1989
Lancement de la chaîne : 01/02/1989

Convention CSA : oui
Forme juridique : S.A.S

THEMATIQUE	Sport	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMATION	100 % sports (live, docs, talk shows & news)	
PROGRAMMES PHARES	Jeux Olympiques, Coupe de France, Tour de France, La Vuelta, Roland-Garros, Australian Open, US Open, ATP 1000 & 500, Coupes du monde de sports d'hiver, 24H du Mans, Formula E, Pro D2, ...	
ACTIONNAIRE(S)	DISCOVERY inc.	
ORGANIGRAMME	President and Managing Director - EMEA Senior Vice President, Directeur General - Discovery France Sports director, Eurosport France Senior Manager Marketing & Communication France - Discovery / Eurosport	Kasia KIELI Laurent PRUD'HOMME Géraldine PONS Mathieu BESSON

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CANAL	NON	OUI
	Orange	NON	NON
Câble	Numericable	NON	NON
ADSL	Orange, SFR	NON	NON
	Bouygues Telecom	NON	NON
	Free	NON	OUI
	CANAL	NON	OUI
Mobile / 3G	MyCANAL	NON	OUI
	Bouygues Telecom, SFR Mobile,	NON	NON
	Orange Mobile		

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Canal Overseas, Orange, SRR, Outremer Telecom, Parabole Réunion, Mediaserv, Martinique TV Câble, WSG Guadeloupe, ZEOP, IZI, CAN'L & Telenet Nlle Calédonie
-----------------------------------	--

DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique, Luxembourg, Suisse, Monaco, Andorre
---------------------------------	---

SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUR MyCANAL (abonnement CANAL)	INTERNET www.myCANAL.fr
---	---	---

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE MyCANAL & Eurosport Player	TABLETTE MyCANAL
--	---	----------------------------

RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK EurosportFR	TWITTER @Eurosport_FR
------------------------	--------------------------------	---------------------------------

REGIE PUBLICITAIRE	CANAL+ BRAND SOLUTIONS	1, rue les Enfants du Paradis 92 100 Boulogne-Billancourt 01 71 35 35 35
---------------------------	------------------------	--

EUROSPORT 2

3, rue Gaston et René Caudron
92 798 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél/Fax : 01 40 93 80 00 / 83 83
www.eurosport.fr



Société éditrice : Eurosport S.A.S
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 10/01/2005

Lancement de la chaîne : 10/01/2005
Forme juridique : S.A.S

THEMATIQUE	Sport	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMATION	100 % sports (live, docs, talk shows & news)	
PROGRAMMES PHARES	Jeux Olympiques, Coupe de France, Tour de France, La Vuelta, Roland-Garros, Australian Open, US Open, ATP 1000 & 500, Coupes du monde de sports d'hiver, 24H du Mans, Formula E, Pro D2, ...	
ACTIONNAIRE(S)	DISCOVERY Inc.	
ORGANIGRAMME	President and Managing Director - EMEA Senior Vice President, Directeur General - Discovery France Sports director, Eurosport France Senior Manager Marketing & Communication France - Discovery / Eurosport	Kasia KIELI Laurent PRUD'HOMME Géraldine PONS Mathieu BESSON

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CANAL	NON	OUI
	Orange	NON	NON
Câble	Numericable	NON	NON
ADSL	Orange, SFR	NON	NON
	Bouygues Telecom	NON	NON
	Free	NON	OUI
	CANAL	NON	OUI
Mobile / 3G	MyCANAL	NON	OUI
	Bouygues Telecom, SFR Mobile,	NON	NON
	Orange Mobile,		

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Canal Overseas, Orange, SRR, Outremer Telecom, Parabole Réunion, Mediaserv, Martinique TV Câble, WSG Guadeloupe, ZEOP, IZI, CAN'L & Telenet Nlle Calédonie
-----------------------------------	--

DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique, Luxembourg, Suisse, Monaco, Andorre
---------------------------------	---

SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUR MyCANAL (abonnement CANAL)	INTERNET www.myCANAL.fr
---	---	---

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE MyCANAL & Eurosport Player	TABLETTE MyCANAL
--	---	----------------------------

RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK EurosportFR	TWITTER @Eurosport_FR
------------------------	--------------------------------	---------------------------------

REGIE PUBLICITAIRE	CANAL+ BRAND SOLUTIONS	1, rue les Enfants du Paradis 92 100 Boulogne-Billancourt 01 71 35 35 35
---------------------------	------------------------	--

FRANCE 2

7, esplanade Henri de France
75 907 Paris cedex 15
Tél : 01 56 22 42 42
www.france2.fr



Société éditrice : France Télévisions
Convention CSA : non - Cahier des charges
Création de la chaîne : 18/04/1964

Forme juridique : S.A. à capitaux publics
Capital : 347 540 000 €

THEMATIQUE	Généraliste – Chaîne de l'événement, dans tous les genres	
PUBLIC VISE	Tous publics	
PROGRAMMES PHARES	<i>Un si grand soleil ; Dix pour cent ; Les petits meurtres... ; Alex Hugo ; Infrarouge ; 25 nuances de doc ; Apocalypse ; Concert de Paris ; Cash investigations ; Envoyé spécial ; Complément d'enquête ; Télématin ; Ça commence aujourd'hui ; Affaire conclue ; N'oubliez pas les paroles...</i>	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019	4 155 heures (hors sports et information)
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	63 %
Part des différents genres de programmes	Information	14 %
	Sports (y compris magazines sportifs)	3 %
	Cinéma / Fiction	2 % / 10 %
	Magazines / Documentaires	27 % / 8 %
	Variétés, jeux et divertissements	20 %
	Musique et spectacle/ Divers	2 % / 14 %
ACTIONNAIRE(S)	France Télévisions	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Ressources publiques	87 %
France Télévisions	Publicité	12 %
	Autres ressources (FAI et divers)	1 %
ORGANIGRAMME	PDG de France Télévisions DG délégué à l'antenne et aux programmes Directrice des antennes nationales Directeur d'antenne France 2	Delphine ERNOTTE CUNCI Takis CANDILIS Caroline GOT Cyril GIRAUDBIT
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL, PC, mobile et tablette	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	TNT
DIFFUSION HORS DE FRANCE	OUI	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR OUI	INTERNET France.tv
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE France.tv	TABLETTE France.tv
RESEAUX SOCIAUX	TWITTER, FACEBOOK, YOUTUBE	GOOGLE+, INSTAGRAM
DEVELOPPEMENTS 2019	Nouvelles séries de fiction, grands événements accompagnés de dispositifs numériques, compétitions sportives internationales, etc.	
REGIE PUBLICITAIRE	FRANCE TELEVISIONS PUBLICITE 64, avenue Jean-Baptiste Clément 92 641 Boulogne cedex	Marianne SIPROUDHIS 01 56 22 12 29

FRANCE 37, esplanade Henri de France
75 907 Paris Cedex 15
www.france3.fr**Société éditrice** : France Télévisions
Convention CSA : non - Cahier des charges
Création de la chaîne : 21/12/1972**Forme juridique** : S.A. à capitaux publics
Capital : 347 540 000 €

THEMATIQUE : GENERALISTE	Généraliste, chaîne de la proximité	
PROGRAMMES PHARES	<i>Plus belle la vie ; Capitaine Marleau ; Meurtres à ; Alexandra Ehle ; Cassandre ; Tandem ; La stagiaire ; Fauteuils d'orchestre ; Des racines et des ailes ; Faut pas rêver ; Pièces à conviction...</i>	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019	2 765 heures
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes (dans le programme national)	Volume de diffusion (national+régional) Part de programmes inédits (national)	38 255 heures 44 %
	Information	6 %
	Sport	4 %
	Cinéma	2 %
	Fiction	16 %
	Animation	15 %
	Magazines	5 %
	Documentaires	13 %
	Spectacles vivants	4 %
	Jeux et divertissements	13 %
	Divers	22 %
ACTIONNAIRE(S)	France Télévisions	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT France Télévisions	Ressources publiques Publicité Autres ressources (FAI et divers)	87 % 12 % 1 %
ORGANIGRAMME	PDG de France Télévisions DG délégué à l'antenne et aux programmes Directrice des antennes nationales Directeur d'antenne France 3 Directrice du réseau régional France 3	Delphine ERNOTTE CUNCI Takis CANDILIS Caroline GOT Philippe LANDRE Laurence MAYERFELD
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL, PC, mobile et tablette	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	TNT
DIFFUSION HORS DE FRANCE	OUI	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVEUSEUR OUI	INTERNET France.tv
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE France.tv	TABLETTE France.tv
RESEAUX SOCIAUX	TWITTER, FACEBOOK, YOUTUBE	GOOGLE+, INSTAGRAM
DEVELOPPEMENT 2019	Renforcement des programmes régionaux ; pacte de visibilité des outre-mer ; transferts d'émissions de France 2 à France 3, etc.	
REGIE PUBLICITAIRE	FRANCE TELEVISIONS PUBLICITE 64, avenue Jean-Baptiste Clément 92 641 Boulogne cedex	Marianne SIPROUDHIS 01 56 22 12 29

FRANCE 4

7, esplanade Henri de France
75 907 Paris cedex 15
Tél/Fax : 01 56 22 68 55
www.france4.fr



Société éditrice : France Télévisions
Convention CSA : non - Cahier des charges
Création de la chaîne : 31/03/2015

Forme juridique : S.A. à capitaux publics
Capital : 347 540 000 €

THEMATIQUE	Généraliste - Chaîne familiale	
PUBLIC VISE	Jeunes et familles	
PROGRAMMES PHARES	<i>Une saison au Zoo ; Drôlement Bêtes ; Yetili ; Minikeums ; Un jour, une question ; Escape News ; Zouzous...</i>	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019	304 heures (hors sports et information)
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits (national)	11 %
Part des différents genres de programmes	Sports	2 %
	Cinéma	4 %
	Fiction	11 %
	Jeunesse	53 %
	Magazines	1 %
	Documentaires	18 %
	Musique et spectacle	4 %
	Variétés, jeux et divertissements	4 %
	Divers	3 %
ACTIONNAIRE(S)	France Télévisions	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Ressources publiques	87 %
France Télévisions	Publicité	12 %
	Autres ressources (FAI et divers)	1 %
ORGANIGRAMME	PDG de France Télévisions DG délégué à l'antenne et aux programmes Directrice des antennes nationales Directeur d'antenne France 4	Delphine ERNOTTE CUNCI Takis CANDILIS Caroline GOT Cyril GIRAUBIT
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL, PC, mobile et tablette	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	TNT
DIFFUSION HORS DE FRANCE	OUI	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVEUSEUR OUI	INTERNET France.tv
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE France.tv	TABLETTE France.tv
RESEAUX SOCIAUX	TWITTER, FACEBOOK, YOUTUBE	GOOGLE+, INSTAGRAM
DEVELOPPEMENTS 2019	Transformation de l'offre jeunesse vers une offre non linéaire (plateforme OKOO)	
REGIE PUBLICITAIRE	FRANCE TELEVISIONS PUBLICITE 64, avenue Jean-Baptiste Clément 92 641 Boulogne cedex	Marianne SIPROUDHIS 01 56 22 12 29

FRANCE 5

10, rue Horace Vernet
 92 785 Issy-les-Moulineaux
 Tél/Fax : 01 56 22 91 91 / 95 95
 www.france5.fr



Société éditrice : France Télévisions
Convention CSA : non - Cahier des charges
Création de la chaîne : 13/12/1994

Forme juridique : S.A. à capitaux publics
Capital : 347 540 000 €

THEMATIQUE	Thématique - Chaîne de la connaissance et du savoir	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	<i>C dans L'air ; Le magazine de la santé ; La quotidienne ; La maison des maternelles ; Passage des arts ; Echappées belles ; La grande librairie ; C à vous ; C l'hebo ; C politique ; Le monde en face...</i>	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019	1 809 heures
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits (national)	37 %
Part des différents genres de programmes (volume horaire)	Fictions et longs métrages	2 %
	Jeunesse	11 %
	Documentaires	43 %
	Magazines	35 %
	Musique et spectacles	1 %
	Divers	8 %
ACTIONNAIRE(S)	France Télévisions	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Ressources publiques	87 %
France Télévisions	Publicité	12 %
	Autres ressources (FAI et divers)	1 %
ORGANIGRAMME	PDG de France Télévisions DG délégué à l'Antenne et aux programmes Directrice des antennes nationales Directeur d'antenne France 5	Delphine ERNOTTE CUNCI Takis CANDILIS Caroline GOT Sofiane TILIKETE
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL, PC, mobile et tablette	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	TNT
DIFFUSION HORS DE FRANCE	OUI	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUSEUR OUI	INTERNET France.tv
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE France.tv	TABLETTE France.tv
RESEAUX SOCIAUX	TWITTER, FACEBOOK, YOUTUBE	GOOGLE+, INSTAGRAM
REGIE PUBLICITAIRE	FRANCE TELEVISIONS PUBLICITE 64, avenue Jean-Baptiste Clément 92 641 Boulogne cedex	Marianne SIPROUDHIS 01 56 22 12 29

FRANCE 2480, rue Camille Desmoulins
92 130 Issy-les-Moulineaux
Tél/Fax : 01 84 22 84 84
www.france24.com**Société éditrice :** France Médias Monde**Convention CSA :** oui**Création de la chaîne :** 29/11/2005**Lancement de la chaîne :** 06/12/2006**Forme juridique :** S.A.**Capital :** 23 045 660 €**Effectif :** 544

THEMATIQUE	Information		
PUBLIC VISE	Publics francophone, anglophone, arabophone et hispanophone		
PROGRAMMES PHARES	<i>Le Journal ; Paris Direct ; Le Débat ; A l'Affiche ! ; Economie ; Reporters ; Billet Retour ; Elément Terre ; Une Semaine dans le Monde ; TECH 24 ; Les Observateurs ; Ici l'Europe ; Actuelles ; etc.</i>		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2020	14 774 heures (pour les quatre antennes)	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Part de programmes inédits Information	52 % 100 %	
ACTIONNAIRE(S)	France Médias Monde	100 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité Autres ressources	2 % 98 %	
ORGANIGRAMME	Présidente directrice générale Directeur général en charge du pôle ressources Directeur Directeur de la stratégie et du développement Directeur des environnements numériques Directrice des études et des relations auditeurs et téléspectateurs Directrice des ressources humaines Directeur de la communication et des relations institutionnelles Directeur technique et des systèmes d'information Directrice juridique	Marie-Christine SARAGOSSE Victor ROCARIES Marc SAIKALI Marc FONBAUSTIER Vincent FLEURY Claire MAROUS GUIVARCH Laurence BARRIERE Thomas LEGRAND-HEDEL Thierry FANCHON Nathalie MOULIN	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat, Orange, BIS TV, SFR	OUI	NON
Câble	Numericable, UEM Metz, Bouygues, Darty Box	OUI	NON
ADSL	Orange, Free, Bouygues, Darty, SFR, VirginFrance	OUI	NON
Mobile / 3G	SFR mobile, Orange mobile, Bouygues Telecom	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Tous	TNT Outre-Mer, Canal Overseas, Media Serv, TNS : Tahiti Nuit Satellite	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Diffusion mondiale	404 millions de foyers	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE FRANCE 24	TABLETTE FRANCE 24	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Freebox Replay, Orange	INTERNET www.france24.com	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK, TWITTER, INSTAGRAM		
REGIE PUBLICITAIRE	FRANCE TELEVISIONS PUBLICITE CANAL+ ADVERTISING (pour l'Afrique francophone uniquement)	Marianne SIPROUDHIS (01 56 22 12 29) Pierre-Paul VANDER SANDE (01 71 35 21 25)	

FRANCEINFO:

7, esplanade Henri de France
75 907 Paris cedex 15
Tél : 01 56 22 42 42
www.franceinfo.fr



Société éditrice : France Télévisions
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/09/2016

Forme juridique : S.A. à capitaux publics
Capital : 347 540 000 €

THEMATIQUE	Chaîne d'Information	
PUBLIC VISE	Tous publics	
PROGRAMMES PHARES	Les tranches de direct (<i>Les Informés, 8.30 franceinfo, Vrai ou Fake, Le Monde dans tous ses Etats, Soyons Claire, La faute à l'Europe, Cultissime, Temps additionnel, Questions Politiques, L'instant Politique, Retour vers l'info, Dataculte, Flashback, Le Journal du Monde de France 24, Outre-Mer Express</i>), les modules fabriqués par la rédaction de franceinfo, les modules de France 3 toutes régions, les modules de la rédaction numérique et de FTV Education...	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019	6 570 heures (18h/jour)
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Information	100 %
ACTIONNAIRE(S)	France Télévisions	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT France Télévisions	Ressources publiques Publicité Autres ressources (FAI et divers)	87 % 12 % 1 %
ORGANIGRAMME	PDG de France Télévisions DG délégué en charge de l'information Directeur de Franceinfo pour France Télévisions Directeur de Franceinfo édition TV Directeur de l'antenne de Franceinfo édition TV Directeur adjoint opérationnel de franceinfo édition TV en charge de l'éditorial	Delphine ERNOTTE CUNCI Yannick LETRANCHANT Alexandre KARA Stéphane DUBUN Jean CHRETIEN François BRABANT
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles.	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	TNT
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUSEUR N/A	INTERNET www.franceinfo.fr
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE franceinfo	TABLETTE franceinfo
RESEAUX SOCIAUX	TWITTER, FACEBOOK, YOUTUBE	INSTAGRAM, SNAPCHAT
DEVELOPPEMENTS 2019	<ul style="list-style-type: none"> - Lancement de Franceinfo soir avec le rendez-vous du 23 h - Lancement d'une tranche 13 h-17 h et d'une matinale le week-end - Programmation d'un magazine tous les soirs à 22 h 	

FRANCE Ô35-37, rue Danton
92 240 Malakoff
www.franceo.fr**Société éditrice :** France Télévisions
Convention CSA : non - Cahier des charges
Création de la chaîne : 14/07/2010**Forme juridique :** S.A. à capitaux publics
Capital : 347 540 000 €

THEMATIQUE	Chaîne des outre-mer qui contribue au partage et à la diffusion des identités, des cultures et de l'actualité des outre-mer	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	<i>OPI ; Les témoins d'Outre-mer ; Archipel, Investigation ; Histoire d'Outre-Mer ; etc.</i>	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019 (notification)	491 heures
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	32 %
Part des différents genres de programmes	Documentaires	23 %
	Cinéma	2 %
	Fiction	24 %
	Information	18 %
	Spectacle vivant	5 %
ACTIONNAIRE(S)	France Télévisions	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Ressources publiques	87 %
France Télévisions	Publicité	12 %
	Autres ressources (FAI et divers)	1 %
ORGANIGRAMME	PDG de France Télévisions DG délégué à l'antenne et aux programmes Directrice de France Ô et du réseau Outre-mer 1ères Directrice des antennes nationales Directeur d'antenne France Ô	Delphine ERNOTTE CUNCI Takis CANDILIS Sylvie GENGOUL Caroline GOT Philippe LANDRE
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL, PC, mobile et tablette	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	OUI	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUR OUI	INTERNET France.tv
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE France.tv	TABLETTE France.tv
RESEAUX SOCIAUX	TWITTER, FACEBOOK, YOUTUBE	GOOGLE+, INSTAGRAM
REGIE PUBLICITAIRE	FRANCE TELEVISIONS PUBLICITE 64, avenue Jean-Baptiste Clément 92 641 Boulogne cedex	Marianne SIPROUDHIS 01 56 22 12 29

GAME ONE

22, rue Jacques Dulud
92 521 Neuilly-sur-Seine cedex
Tél : 01 70 94 94 94
www.gameone.net

Société éditrice : GAME ONE SAS
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 1998
Lancement de la chaîne : 1998

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 97 067 €
Effectif : > 100

THEMATIQUE	Gaming - Actu - Séries - Mangas		
PUBLIC VISE	15-34 ans, 25-49 ans, CSP+		
PROGRAMMES PHARES	<i>Naruto Shippuden ; One Piece ; Dragon Ball Z kai ; Level One ; #team g1 ; South Park...</i>		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019	> 200 heures / an	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Programmes inédits Fiction Cinéma Documentaires, magazines, infos Animation	> 300 heures / an 10 % 5 % 55 % 30 %	
ACTIONNAIRE(S)	Viacom	100 %	
ORGANIGRAMME	Président Directeur Général Directeur des chaînes Directeur des programmes Responsable des programmes Directeur communication/marketing/promotion Directeur digital Directrice juridique Directrice des études	Thierry CAMMAS Jean-Marc DUPIRE Gauthier LOY Amélie FERNANDEZ Nicolas BESNIER Nicolas DOMONT Céline FERTE Muriel FERRERO	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	OUI	NON
Câble	SFR, Regicom, Vialis	OUI	NON
ADSL	Canal, Bouygues Telecom, Free, SFR, Orange, Video Futur	OUI	NON
Mobile / 3G	Appli Game One, Orange TV, SFR-TV, POP CULTURE (Bouygues Telecom), Molotov, MyCANAL	OUI	NON
OTT	Molotov	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Guadeloupe, Martinique, Réunion	WGS, MTVC, Canal+ Antilles, Orange Canal+ Réunion, OMT	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Maroc Monaco Algérie, Tunisie Afrique Sub-saharienne	Coditel, Be TV Netplus, Cablecom, Canal Maroc Telecom Monaco Telecom, Orange, Canal AB SAT Canal Overseas	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Canal, SFR, Bouygues, Orange, Free, Molotov	INTERNET MOBILE TABLETTE MyCANAL, SFR, Bouygues Telecom, Orange, Molotov	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK GameOne TWITTER @gameone	INSTAGRAM @game_one	
REGIE PUBLICITAIRE	VIACOMCBS NETWORKS FRANCE	Philippe LARRIBAU - Directeur Philippe.larribau@vimn.com	

GOLF CHANNEL

43, boulevard Pierre Frieden
L – 1543 Luxembourg
www.golfchannel.fr

Société éditrice : AB Entertainment S.A.

Concession luxembourgeoise : Oui

Création de la chaîne : 26/09/2010

Lancement de la chaîne : 26/09/2010

Forme juridique : S.A. de droit luxembourgeois

Capital : 8 394 325 €

THEMATIQUE	Sport		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMES PHARES	<i>LPGA Tour, Solheim Cup, LET, Asian Tour, Golf Central, Morning Drive, Golfcast, Feherty Show, School of golf, Golf Academy, Skill Code, Como Concepts, Golf Advisor Round Trip, Playing lessons, Swing expedition.</i>		
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	90 %	
Part des différents genres de programmes	Compétitions	70 %	
	Magazines et talk-show	20 %	
	Information et documentaires	10 %	
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.S.	100 %	
ORGANIGRAMME	Membres du conseil d'administration	Pierre-Antoine CAPTON, Richard MAROKO et Guillaume IZABEL	
	Directeur digital et distribution des chaînes	Vincent GRYNBAUM	
	Directrice marketing et communication	Cécile BRINO	
	Directrice de l'antenne et de la programmation des chaînes Découverte et Sport	Marie de MAUBLANC	
	Responsable éditorial	Arnaud DEGARNE	
	Attachée de presse	Monique DIOUF	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	BIS TV	NON	OUI - Panorama
ADSL	Orange	NON	OUI - Sport Max / Intense
	SFR	NON	OUI - Premium / Sport / Pass Sport
	Bouygues	NON	OUI - À la carte
	Free	NON	OUI - Pack BIS Ultimatum / À la carte
Mobile / 3G	Orange Mobile, SFR Mobile, Bouygues Telecom	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR OUI	INTERNET OUI	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK @GolfChannelTV YOUTUBE Golf Channel France	TWITTER @GolfChannelFr	
REGIE PUBLICITAIRE	RÉGIS, publicité et opérations spéciales 132, avenue du président Wilson BP 95 93 213 La Plaine Saint-Denis cedex	David BYWALSKI david.bywalski@mediawan.com 01 49 17 24 19	

GOLF+

1, place du Spectacle
92823 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél: 01 71 35 35 35
www.mycanal.fr



Société éditrice : Sport+ SA
Convention CSA : oui

Forme juridique : S.A.
Capital : 250 000 €

THEMATIQUE	Sport	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Golf	100 %
ACTIONNAIRE de Sport+ SA	SECP	100 %
ORGANIGRAMME	Président du Directoire du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint du Groupe CANAL+, en charge de la France Directeur général des antennes et des programmes du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint antenne et programmes payants Directeur des sports du Groupe CANAL+ Directeur adjoint des sports Directeur des antennes sports Directeur adjoint des rédactions, délégué GOLF+ Directrice de la communication et de la marque Groupe CANAL+ Directrice de la communication sports Responsable presse sports	Maxime SAADA Frank CADORET Gérald-Brice VIRET Jean-Marc JURAMIE Thierry CHELEMAN Didier LAHAYE Yves KUPFERMINC Grégory NOWACK Emilie PIETRINI Séverine RAY Wilfried PREVOST
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION		
RESEAU	ADSL/Fibre, Câble, Satellite, OTT	
DISTRIBUTION	CANAL+, Orange, SFR, Free, Bouygues	
OFFRES	Pack Sport+ / INTEGRALE+ / Multisports / Option seule	
DIFFUSION DANS LES DROM/POM/COM/TOM Via CANAL+ International	Caraïbes Réunion	Canal+ Canal +
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Suisse	Canal+, UPC Cablecom, Swisscom, Net+
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR CANAL+ A LA DEMANDE	INTERNET myCANAL
DIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE, PC/MAC, TABLETTE, TV CONNECTE myCANAL	PC, TABLETTE myCANAL
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK golfcanalplus	TWITTER @golfcanalplus
REGIE PUBLICITAIRE	CANAL+ BRAND SOLUTIONS	Francine MAYER Francine.mayer@canal-plus.com



89, avenue Charles de Gaulle
92 575 Neuilly-sur-Seine cedex
Tél : 01 41 92 66 66
www.gulli.fr



Société éditrice : Jeunesse TV
Création de la chaîne : 18/11/2005
Lancement de la chaîne : 18/11/2005

Convention CSA : oui
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 7 273 572 €

THEMATIQUE	Enfants / Famille	
PUBLIC VISE	Tous les enfants de 4 à 14 ans et leurs parents.	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019	80 h 35
PROGRAMMES PHARES	<i>E=M6 Family ; Ricky Zoom ; Kally's Mashup ; Gu'Live ; Dragons ; Yo Kai Watch ; Totally Spies ; Gumball ; Bienvenue chez les Loud ; Pokémon ; Power Rangers ; BeyBlade ; SheZow ; Spirit ; Magic ; Famille féerique ; Baby-sitter Star incognito ; Tahiti Quest...</i>	
PROGRAMMATION		
Part des différents genres de programmes	Fiction	17 %
	Animation	73 %
	Jeux et divertissements	3 %
	Autres (documentaires, magazines)	7 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe M6	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	85 %
	Autres ressources	15 %
ORGANIGRAMME		
	Président	Philippe BONY
	Directeur délégué adjoint	Julien FIGUE
	Directeur commercial et développement	Jean-René AUCOUTURIER
	Directrice de l'antenne et des programmes	Caroline MESTIK
	Directrice de la communication	Samira CHAHBOUNE
	Directrice de la production	Magali TORRICE-VINCON
	Directrice des affaires réglementaires et des relations institutionnelles	Cécile DURAND-GIRARD
	Achats	Maud BRANLY
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, Guyane, Mayotte, Polynésie Française	Numericable, Zeop, Orange, CanalSat, Bouygues Telecom, SFR, Free
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique, Suisse, Luxembourg, Maroc, Liban, Madagascar, Monaco, Haïti, Algérie, Tunisie	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Application IOS et Android, Google Play, Samsung Store et Amazon Store Application de MyCANAL, Orange et SFR	TABLETTE Application IOS et Android (Apple Store, Google Play, Windows Store, Samsung Store et Amazon Store) Application de MyCANAL, Orange et SFR
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR IPTV sur Free, SFR, Orange, Bouygues, Vini (Tahiti), Monaco Telecom, CabSat sur CanalSat et Numericable, OTT sur Molotov, Videofutur TV connectée via HBBTV	INTERNET www.replay.gulli.fr myCANAL.fr
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK GulliTV TWITTER @Gulli	GOOGLE+, YOUTUBE Gulli INSTAGRAM @gulliofficiel
REGIE PUBLICITAIRE	M6 PUBLICITE	Sophie RIVIERE Sophie.RIVIERE@gulli.fr

HISTOIRE

1, quai du Point du Jour
92 656 Boulogne cedex
Tél : 01 41 41 12 34 / www.histoire.fr

Société éditrice : Histoire S.A.S.

Convention CSA : oui

Création de la chaîne : 03/04/1997

Lancement de la chaîne : 14/07/1997

Forme juridique : S.A.S.

Capital : 315 321,93 €

Effectif : 10

THEMATIQUE	Documentaire		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMES PHARES	Magazine : <i>Historiquement Show</i> . Séries documentaires : <i>C'est un complot</i> , <i>Réalisateurs de légende</i> , <i>Civilisations</i> , <i>Itinéraire d'un crime</i> .		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019	50 heures	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Part de programmes inédits Cinéma Documentaires / Magazines / Fictions	20 % 1 % 76 % / 5 % / 5 %	
ACTIONNAIRE(S)	TF1	100 %	
ORGANIGRAMME	Président Directeur Antenne et programmes Marketing distributeurs	Ara APRIKIAN Christophe SOMMET Elisabeth HAGSTEDT Sophie CATALIFAUD	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	OUI - Panorama / Canal+ Essentiel Famille	NON
	Orange	NON	OUI - Bouquet Famille
Câble	SFR (Numericable) Petits câblo-opérateurs	NON	OUI - Bouquet Découverte
	ADSL / Fibre	Canal DSL Bouygues SFR Orange	NON OUI - Bbox Sensation NON NON
Mobile / 3G / Web	Free	NON	OUI - TV by Canal ou A la carte
	TV d'Orange, SFR TV, MyCANAL, Molotov.tv B.tv	NON OUI	OUI NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, Guyane, Réunion, Mayotte, Nouvelle-Calédonie	Canal Overseas, Orange, SFR/Numericable, ZEOP, Internet NC, Can'I	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Monaco Belgique, Suisse, Luxembourg Afrique Liban	Monaco Telecom Telenet, Proximus TV, Telesat, Voo, Orange Belgique, Teleclub, Netplus, Swisscom, UPC Cablecom, Sunrise, CLT UFA Canal+ Afrique, Maroc Telecom, Blueline, Zap TV, Orange Côte d'Ivoire Cablevision	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUSEUR Via les portails des opérateurs	INTERNET TV d'Orange, SFR TV, MyCANAL, Watch it, B.tv	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE TV d'Orange, MyCANAL, B.tv, SFR TV, Watch it	TABLETTE TV d'Orange, MyCANAL, B.tv, SFR TV, Watch it	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK facebook.com/histoiretv	TWITTER @histoiretv	
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 PUBLICITE	Olivier CARIOU ocariou@tf1.fr (01 41 41 25 33)	

INFOSPORT+

1, place du spectacle
92 863 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél : 01 71 35 35 35
www.canalplus.fr / www.mycanal.fr

Société éditrice : SECP
(Société d'Édition de Canal Plus)
Création de la chaîne : 10/07/1998

Forme juridique : S.A.
Capital : 95 018 076 €

THEMATIQUE	Sport	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Sport	100 %
ACTIONNAIRE(S) de SECP	Vivendi Groupe CANAL+	51,53 % 48,47 %
ORGANIGRAMME	Président du Directoire du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint du Groupe CANAL+, en charge de la France Directeur général des antennes et des programmes du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint antenne et programmes payants Directeur des sports du Groupe CANAL+ Directeurs des acquisitions sports Directeur des antennes sports Directeur adjoint des rédactions, délégué INFOSPORT+ Directrice de la communication et de la marque Groupe CANAL+ Directrice de la communication sports Responsable presse sports	Maxime SAADA Frank CADORET Gérald-Brice VIRET Jean-Marc JURAMIE Thierry CHELEMAN Pierre LELONG Yves KUPFERMINC Grégory NOWACK Emilie PIETRINI Séverine RAY Wilfried PREVOST
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION		
RESEAU	ADSL/Fibre, Câble, Satellite, OTT	
DISTRIBUTION	CANAL+, Orange, SFR, Free, Bouygues Telecom	
OFFRES	Pack Sport, INTEGRALE+, Panorama, TV by CANAL,	
DIFFUSION DANS LES DROM/POM/COM/TOM Via CANAL+ International	Caraïbes Réunion, Mayotte Nouvelle-Calédonie Polynésie	Canal Canal, Parabole Réunion Canal Vini
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse (via CANAL+ Suisse) Monaco (via CANAL+ France) Afrique (via CANAL+ International)	Voo BeTV, SFR Belgique Canal, UPC Cablecom, Swisscom, Net+ Monaco Telecom Canal Afrique, Parabole Maurice & Madagascar
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR CANAL+ A LA DEMANDE	INTERNET myCANAL
DIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE, TABLETTE ? PC/MAC, TV Connectée myCANAL	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK infosportplus mycanal	TWITTER @infosportplus @myCANAL
REGIE PUBLICITAIRE	CANAL+ BRAND SOLUTIONS	Francine MAYER Francine.mayer@canal-plus.com

J-ONE

22, rue Jacques Dulud
92 521 Neuilly-sur-Seine cedex
Tél : 01 70 94 94 94
www.j-one.com



Société éditrice : GAME ONE SAS
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 2013
Lancement de la chaîne : 04/10/2013

Forme juridique : S.A.S.

Effectif : > 100

THEMATIQUE	Pop Culture Manga et simulcast à J+1		
PUBLIC VISE	15-34 ans, 25-49 ans, CSP+		
PROGRAMMES PHARES	<i>Boruto ; Naruto Next Generations ; One Piece ; Detective Conan ; My Hero Academia ; Asie Insolite, Esprit Japon ; Japan In Motion.</i>		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019	>50 heures / an	
PROGRAMMATION	Programmes inédits	> 200 heures / an	
Part des différents genres de programmes	Documentaires et magazines	30 %	
	Animation	64 %	
	Fiction	5 %	
	Spectacle vivant	1 %	
ACTIONNAIRE(S)	Viacom	100 %	
ORGANIGRAMME	Président Directeur Général Directeur des chaînes Directeur des programmes Responsable des programmes Directeur promotion/communication/marketing Directeur digital Directrice juridique Directrice des études	Thierry CAMMAS Jean-Marc DUPIRE Gauthier LOY Amélie FERNANDEZ Nicolas BESNIER Nicolas DOMONT Céline FERTE Muriel FERRERO	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	OUI	NON
Câble	SFR, SIVU, VIALIS	OUI	NON
ADSL	Canal, FREE, SFR, Bouygues Telecom	OUI	NON
OTT	Molotov	NON	OUI
Mobile/3G	SFR-TV, POP CULTURE (Bouygues Telecom), MyCANAL, Molotov	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Guadeloupe, Martinique, Réunion, Nouvelle-Calédonie	MTVC, WSG, OMT, Parabole Réunion, SRR, Zeop CAN'L	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Maroc Monaco Suisse Belgique Afrique sub-saharienne	Maroc Telecom Canal Canal Coditel Canal Overseas	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR MyCANAL, SFR, Free, Molotov	INTERNET MOBILE TABLETTE MyCANAL, SFR, Molotov, Bouygues Telecom	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK jonefr	TWITTER, INSTAGRAM @j_onefr	
REGIE PUBLICITAIRE	VIACOM CBS NETWORKS FRANCE	Philippe LARRIBAU – Directeur Philippe.larribau@vimn.com	

KTO

13, rue du 19 mars 1962
 92 240 Malakoff
 Tél/Fax : 01 73 02 22 22 / 26
www.ktotv.com

Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/12/1999
Lancement de la chaîne : 13/12/1999

Forme juridique : Association loi 1901
Capital : NC
Effectif : 70

THEMATIQUE	Confessionnelle		
PUBLIC VISE	Tout public, chercheurs de sens, catholiques		
PROGRAMMES PHARES	Directs : voyages du pape, canonisations, Messes à Rome et à Saint-Germain l'Auxerrois, concerts... Magazines : <i>Un cœur qui écoute, A la source, La Foi prise au mot, Hors les murs, L'Esprit des lettres, Eglises du monde, Sans langue de buis, Lumière intérieure, La cuisine des monastères, Le travail dans tous les sens.</i>		
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits		25 %
Part des différents genres de programmes	Documentaires		20 %
	Magazines		60 %
	Direct		20 %
MEMBRES FONDATEURS	AXA ASSURANCES VIE MUTUELLE, BELVISION France, BAYARD Presse SA, LAGARDERE MEDIA, FINANCIERE LAFARGE, SOCIETE CIVILE SAINT LOUP, CIDR, SCPA, HABERT DASSAULT FINANCE, VINCENT MONTAGNE, VINCENT REDIER, JULIEN HALLEY, YVES BERTRAND, PASCAL QUIRY, PIERRE BELLON, PHILIPPE POUJOL		
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité		10 %
	Dons		90 %
ORGANIGRAMME	Président		Vincent MONTAGNE
	Directrice générale		Philippine de SAINT PIERRE
	Secrétaire général		Albert GOYET
	Directeur de la rédaction		Etienne LORAILLERE
	Directeur d'antenne		Pierre CESBRON
	Directrice juridique/RH		Stéphanie VERDIER
	Directeur délégué aux programmes		Olivier BRAILLON
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Eutelsat, Fransat	OUI	NON
Câble	SFR Numericable, Naxoo, Proximus, Voo, Swisscom	OUI	NON
ADSL	Tous les FAI	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Antilles, La Réunion, Guyane		
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Moyen-Orient, Afrique du Nord Europe		AB 7 AB 3
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE OUI - application		TABLETTE OUI - application
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR SMART TV sur SAMSUNG		INTERNET www.ktotv.com
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK KTO télévision catholique TWITTER @ktotv YOUTUBE ktotv		DAILYMOTION la chaîne kto, télévision catholique INSTAGRAM @ktotelevision
REGIE PUBLICITAIRE	Régie publicitaire intégrée 13, rue du 19 mars 1962 92 240 Malakoff		www.ktotv.com communication@ktotv.com 01 73 02 22 22

LA CHAÎNE DU PÈRE NOËL

28, rue François I^{er}
75 008 Paris
Tél/Fax : 01 56 36 55 55 / 59



Société éditrice : Lagardère Thématiques
Création de la chaîne : 05/11/2011
Lancement de la chaîne éphémère : 25/11/2017

Convention CSA : oui
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 34 880 409 €

THEMATIQUE	Jeunesse		
PUBLIC VISE	4 - 14 ans		
PROGRAMMES PHARES	<i>L'Apprenti du Père Noël ; Cris et Mas et la Fabrique du Père Noël ; Bienvenue dans la maison du Père Noël ; Les mini Ateliers de Noël ; Le bêtisier du Père Noël ; le calendrier de l'Avent, Magiki ; etc.</i>		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2018	3 heures	
PROGRAMMATION	Part des différents genres de programmes		
	Fiction	80 %	
	Animation	20 %	
ACTIONNAIRE(S)	Lagardère Active TV	59,51 %	
	Lagardère Active Broadcast	40,49 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	10 %	
	Abonnements	90 %	
ORGANIGRAMME	Président	Richard LENORMAND	
	Directrice déléguée du Pôle TV	Caroline COCHAU	
	Directeur délégué adjoint du Pôle TV	Julien FIGUE	
	Directeur commercial et développement du Pôle TV	Jean-René AUCOUTURIER	
	Directrice d'antenne	Caroline MESTIK	
	Directrice des programmes	Caroline ADELUS	
	Directrice de la communication	Samira CHAHBOUNE	
	Directrice de la production	Magali TORRICE-VINCON	
	Directeur juridique	François-Xavier FARASSE	
	Directrice des affaires réglementaires et des relations institutionnelles	Cécile DURAND-GIRARD	
	Achats	Mathilde ESCAMILLA/Maud BRANLY	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	CanalSat DSL	OUI	NON
Mobile / 3G	CanalSat Mobile	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Caraïbes, Martinique, Guadeloupe, Guyane, Mayotte		Canalsat
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Suisse, Monaco		
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR mycanal	INTERNET Mycanal.fr	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK, YOUTUBE Canal J	TWITTER @canalj	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE mycanal	TABLETTE mycanal	
REGIE PUBLICITAIRE	LAGARDERE PUBLICITE	Marie RENOIR-COUTEAU Marie.renoircouteau@lagardere-pub.com 01 41 34 97 10	

LA CHAÎNE L'ÉQUIPE

40-42 Quai du Point du Jour
92 100 Boulogne-Billancourt
Tél/Fax : 01 40 93 20 20
www.lequipe.fr



Société éditrice : L'Équipe 24/24
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 02/07/2012
Lancement de la chaîne : 12/12/2012

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 402 000 €
Effectif : 100

THEMATIQUE	Sport	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	<i>L'Équipe d'Estelle ; L'Équipe du soir ; La grande soirée...</i> Retransmissions d'événements sportifs avec plus de 2 300 heures en 2019 (biathlon, cyclisme, football, rugby, volley, ski & snow freestyle...)	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Sport (retransmissions d'événements en direct, émissions de débats, documentaires, magazines, information sportive...)	100 %
ACTIONNAIRES	S.A.S. L'EQUIPE	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité Autres ressources	95 % 5 %
ORGANIGRAMME	Direction générale Direction du pôle TV Direction des acquisitions Direction des opérations Direction technique Responsable de la programmation Responsable de l'antenne Responsable émissions et information	Jean-Louis PELE Jérôme SAPORITO Nicolas MANISSIER Blandine DALENCON Patrick VAUTIER Romain SOCHAS Olivier FERRAND Marc LAS
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL, Apple TV et les mobiles	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Antilles françaises, Réunion, Nouvelle-Calédonie	Canal+ Overseas
DIFFUSION HORS DE FRANCE	NON	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE L'Équipe sur AppStore et Android Market	TABLETTE L'Équipe sur AppStore et Android Market
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Free, SFR, Orange, Bouygues, Numericable	INTERNET www.lequipe.fr
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK la chaine L'EQUIPE	TWITTER @lachainelequipe
REGIE PUBLICITAIRE	AMAURY MEDIA	Damien D'ARNAUDY Damien.darnaudy@amaurymedia.fr

LA CHAÎNE MÉTÉO

Domaine de Marsinval
78 540 Vernouillet
Tél/Fax : 01 39 28 19 90 / 71 85 31
www.lachaînemeteo.com

Société éditrice : METEO CONSULT
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 21/01/1995
Lancement de la chaîne : 21/06/1995

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 220 290 €
Effectif : 47

THEMATIQUE	Information		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	100 %	
Part des différents genres de programmes	Information / Actualités / Médias	100 %	
PROGRAMMES PHARES	La Matinale : de 6h30 à 12h, Le 12-14, Prévisions Europe, Destinations Europe, Observations, L'Ephéméride, L'Édition du soir et de la nuit : de 18h à 6h30, Le temps du week-end, Outremer		
ACTIONNAIRE(S)	Groupe Figaro	100 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	10 %	
	Abonnement	90 %	
ORGANIGRAMME	Président	Marc FEUILLEE	
	Directeur général	Eric SAVANT-ROS	
	Responsable de l'antenne et des programmes	Florent SCHINDLER	
	Responsable communication et marketing	Sophie SAVANT-ROS	
	Production	Florent SCHINDLER	
	Responsable administratif et financier	Jonathan DESOS	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	NON		
DIFFUSION HORS DE FRANCE	NON		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR	INTERNET	
	NON	NON	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE	TABLETTE	
	OUI	OUI	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK	TWITTER	
	La Chaîne Météo	La Chaîne Météo	
REGIE PUBLICITAIRE	REMICS & Cie	Rémi COLLARD remi@remicsetcompagnie.com 01 76 61 83 61	



1, quai du Point du Jour
92 656 Boulogne-Billancourt
Tél/Fax : 01 41 41 23 45 / 38 50
www.lci.tf1.fr



Société éditrice : La Chaîne Info
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/06/1994
Lancement de la chaîne : 01/06/1994

Forme juridique : S.C.S.
Capital : 4 500 000 €
Effectif : 220

THEMATIQUE	Information	
PUBLIC VISE	Tout public	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019	4 900 heures
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	60 %
Part des différents genres de programmes	Information	100 %
PROGRAMMES PHARES	<i>La matinale ; Audrey & co ; 24 h Pujadas ; L'info en questions ; Le Débat ; Le grand soir ; Vis leurs vies ; En toute Franchise ; Tout un monde ; Le Grand Jury LCI-RTL-Le Figaro</i>	
ACTIONNAIRE(S)	TF1 S.A.	100 %
ORGANIGRAMME	Directeur général Directrice de la rédaction Directeur d'antenne Responsable de la communication Responsable des ressources humaines	Thierry THUILLIER Valérie NATAF Laurent DELPECH Thomas PAWLOWSKI Eve-Lise FLAMBARD
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL / FTTx, le web et les réseaux mobiles	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, Guyane, Réunion, Mayotte, Nouvelle-Calédonie, Tahiti	Orange, SFR-Numericable, Canal+ International, ZEOP, InternetNC, Parabole Réunion, Vini, Can'l, Canal+ Telecom
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Afrique Suisse Belgique Luxembourg Monaco Liban	Canal+ Afrique, Startimes, Malivision, Maroc Telecom, Blueline, Zap TV, Parabole Swisscom, UPC, Naxoo, Netplus, Citycable, Sunrise Proximus, Telesat, Be TV, Voo, Telenet, Orange Belgique CLT UFA Monaco Telecom Cablevision
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUSEUR Via le portail de chaque opérateur	INTERNET http://www.lci.fr/
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE TV d'Orange, MyCANAL, B.tv, SFR TV	TABLETTE TV d'Orange, MyCANAL, B.tv, SFR TV
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK facebook.com/LCI TWITTER @LCI LINKEDIN LCI - La chaîne info	YOUTUBE LCI INSTAGRAM @lciofficiel
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 PUBLICITE	Stéphane DEVERGIES sdevergies@tf1.fr 01 41 41 12 34

LCP – Assemblée nationale

106, rue de l'Université
75 007 Paris
Tél : 01 40 63 90 50
www.lcp.fr



Convention CSA : non
Création de la chaîne : 30/12/1999
Lancement de la chaîne : 21/03/2000

Forme juridique : S.A.
Capital : 40 000 €
Effectif : 70

THEMATIQUE	Information politique	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	<i>Ça vous regarde ; Questions d'actualité ; DébatDoc ; Circo ; LCP Le Mag ; Rembob'INA ; Emois & moi ; N'ayons pas peur des mots ; L'Essentiel...</i>	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019	1 500 heures
PROGRAMMATION	Retransmissions parlementaires et événements	30 %
Part des différents genres de programmes	Information	20 %
	Magazines	30 %
	Documentaires et films	20 %
ACTIONNAIRE(S)	Assemblée Nationale	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Dotation de l'Assemblée Nationale	100 %
ORGANIGRAMME	Président-directeur général	Bertrand DELAIS
	Secrétaire générale	Corinne GUIIS
	Directrice des contenus	Guilaine CHENU
	Directeur de l'antenne	Manuel PINTO
	Directrice de la communication	Virginie LAURENT-NICOLLE
	Directeur de la production et de la technique	Thierry MAZELLE
	Directrice de la rédaction	Delphine GOUEDART
	Rédacteur en chef	Ludovic FAU
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite et l'ADSL	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Tous	Câble et satellite
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Maghreb, Ile Maurice	Satellite
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR	INTERNET www.lcp.fr
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK, DAILYMOTION LCP	TWITTER @LCP

M6

89, avenue Charles de Gaulle
92 200 Neuilly-sur-Seine
Tél/Fax : 01 41 92 66 66 / 10
www.m6.fr



Société éditrice : Métropole Télévision SA
Convention CSA : oui

Forme juridique : S.A. à directoire et conseil de surveillance

Création de la chaîne : 01/03/1987
Lancement de la chaîne : 01/03/1987

Capital : 50 565 699 €
Effectif : 2 200 pour le groupe M6

THEMATIQUE	Généraliste	
PUBLIC VISE	Tout public / -50ans	
PROGRAMMES PHARES	<i>Ambition intime ; Dossier tabou ; Chasseurs d'appart' ; L'amour est dans le pré ; Scènes de ménages ; En famille ; Top chef ; Capital ; La France a un incroyable talent ; le 12 : 45 ; Sport 6 ; Cousu main ; Turbo ; NCIS ; 66 minutes ; Zone interdite ; Les reines du shopping ; Le meilleur pâtissier ; La meilleure boulangerie de France ; E=m6 ; Cauchemar en cuisine ; Enquête exclusive ; Maison à vendre ; Recherche appartement ou maison ; le 19 : 45 ; Objectif top chef ; Mariés au premier regard...</i>	
ACTIONNAIRE(S)	RTL Group	48,26 %
	Groupe Compagnie nationale à portefeuille	7,24 %
	Actionnariat flottant	43,35 %
	Auto détention	0,33 %
	FCP Salariés Groupe M6	0,16 %
SOURCES DE FINANCEMENT	NC	
ORGANIGRAMME	Président du Directoire	Nicolas de TAVERNOST
	Vice-Président du Directoire en charge des antennes et des contenus	Thomas VALENTIN
	Membre du Directoire en charge de la finance et des métiers de support	Jérôme LEFEBURE
	Membre du Directoire, directeur Général de M6 Publicité et Directeur Général de M6 Interactions	David LARRAMENDY Matthieu BIENVENU
	Directeur de la communication	Frédéric de VINCELLES
	Directeur général des programmes en charge des plateformes digitales et du sport	Bérengère TEROUANNE
	Directrice des acquisitions	Nathalie-Camille MARTIN
	Directrice juridique	Christophe FOGLIO
	Directeur des ressources humaines	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL, la fibre optique et les mobiles/Internet	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE 6play et les applications TV des distributeurs autorisés	TABLETTE 6play et les applications TV des distributeurs autorisés
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, Réunion, Guyane, Nouvelle-Calédonie, Tahiti	Groupe Canal+, Orange, SFR-Numericable, autres
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR 6play dans les offres Canal+, Orange, SFR-Numericable, Free, Bouygues Telecom	INTERNET 6play.fr
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK M6 INSTAGRAM @M6OFFICIEL	TWITTER @M6
REGIE PUBLICITAIRE	M6 PUBLICITE	Cécile DINET cecile.dinet@m6.fr 01 41 92 60 12

M6 BOUTIQUE

19, rue d'Arcueil
94 150 Rungis
Tél/Fax : 01 80 14 65 00/01
m6boutique.com

Société éditrice : Home Shopping Service

Convention CSA : oui

Création de la chaîne : 19/05/2004

Lancement de la chaîne : 2004

Forme juridique : S.A.

Capital : NC

Effectif : 130

THEMATIQUE	Téléachat		
PUBLIC VISE	Tout public		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019	140 heures	
PROGRAMMATION	Part des différents genres de programmes	Téléachat	100 %
ACTIONNAIRE(S)	M6 interactions Autres filiales Groupe M6	99,76 % 0,24 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Téléachat	100 %	
ORGANIGRAMME	Directeur général Directrice générale adjointe Directrice d'antenne et des programmes Communication et marketing Production Juridique Produits Ventes	Ronan de FRESSENEL Isabelle FOURNIER Monique PARMENTIER Sandra SOETENS Monique PARMENTIER Myriam GUILI Frédérique THIBAUT Nadège GOSELIN	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal+, Orange	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	Canal+, Orange, Free, Bouygues, Darty, SFR	OUI	NON
6Play	6Play	-	-
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI		
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique	Proximus, Voo, Telenet, TéléSAT, SFR	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK M6BoutiqueOfficiel/ YOUTUBE m6boutiqueandco	INSTAGRAM m6boutique_officiel/	

M6 MUSIC

89, avenue Charles de Gaulle
92 575 Neuilly-sur-Seine
Tél : 01 41 92 66 66

Société éditrice : M6 Communication

Convention CSA : oui

Création de la chaîne : 1998 (lancement de M6Music sur TPS)

Forme juridique : S.A.S.

Capital : NC

Effectif : 5

THEMATIQUE	Musicale		
PUBLIC VISE	15-34 ans		
PROGRAMMES PHARES	<i>Backstage ; Must Artiste ; ITW Choice ; ITW First ; Focus</i>		
PROGRAMMATION			
Part des différents genres de programmes	Vidéo clips	90 %	
	Magazines et concerts	10 %	
ACTIONNAIRE(S)	M6 Thématiques	100 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	NC		
ORGANIGRAMME			
	Présidente	Catherine SCHOFER	
	Directrice des Chaînes Musicales - Directrice Musique Antennes TV	Delphine RAISIN	
	Programmateurs musicaux	Laurent BITTON, Clément LUCAS	
	Chargé d'antenne	Cyril DUFOUR	
	Responsable de la communication	José VIRGILI	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Groupe Canal+	NON	OUI
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	Orange, Free, Bouygues Telecom	NON	OUI
	SFR	OUI	NON
	Groupe Canal+	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Tous > BYTEL n'est pas présent dans les DOM TOM		
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR 6Play M6Music chez les distributeurs autorisés	INTERNET NON	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Disponible sur les applications TV des distributeurs autorisés	TABLETTE Disponible sur les applications TV des distributeurs autorisés	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK M6 Music INSTAGRAM @M6MusicOfficiel	TWITTER @M6MusicOfficiel	
REGIE PUBLICITAIRE	M6 PUBLICITE		

MANGAS

132, avenue du président Wilson
BP 95
93 213 La Plaine Saint-Denis cedex
Tél/Fax : 01 49 22 20 01 / 22 35
www.mangas.fr

Société éditrice : AB Thématiques

Convention CSA : oui

Création de la chaîne : 01/09/1996

Lancement de la chaîne : 01/09/1996

Forme juridique : S.A.S.

Capital : 11 327 890,17 €

THEMATIQUE Animation japonaise

PUBLIC VISE Jeunes adultes

PROGRAMMES PHARES *Dragon Ball Z ; One Piece ; Capitaine Flam ; Assassination Classroom ; Naruto ; J+1 ; Mob Psycho ; Goldorak ; L'Attaque des Titans ; The Seven Deadly Sins ; Nicky Larson.*

PROGRAMMATION Part de programmes inédits 10%

Part des différents genres de programmes

Documentaires et magazines	15 %
Animation	80 %
Sport - y compris information sportive	5 %

ACTIONNAIRE(S) Groupe AB S.A.S. 100 %

ORGANIGRAMME

Représentant permanent d'AB Thématiques	Richard MAROKO
Directeur digital et distribution des chaînes	Vincent GRYNBAUM
Directeur de la programmation et de l'antenne des chaînes divertissement	Jean CHENNETIER
Directrice marketing et communication	Cécile BRINO
Responsable éditorial	Pierre FAVIEZ
Attachée de presse	Katia DEPARIS

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	NON	OUI - Les chaînes Family
	BIS TV	NON	OUI - Panorama
	Orange	NON	OUI - Famille by Canal / Famille / Intense
ADSL	Free	NON	OUI - TV By Canal / Pack BIS Premium / Pack BIS Ultimatum / Pack BIS Panorama / À la carte
	SFR	NON	OUI - Power / Power+ / Prémium
	Bouygues	NON	OUI - Grand Angle
	Orange	NON	OUI - Famille By Canal / Famille / Intense

SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE TELEVISEUR OUI INTERNET OUI

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR : MOBILE NON TABLETTE NON

RESEAUX SOCIAUX

FACEBOOK Mangas la chaîne	TWITTER @LaChaîneMangas
YOUTUBE La chaîne Mangas	INSTAGRAM @lachainemangas
SNAPCHAT (E-Sport Zone) Shows : Battle Royale/ Warm UP	TIKTOK @esportzonetv

REGIE PUBLICITAIRE RÉGIS, publicité et opérations spéciales
132, avenue du président Wilson
BP 95
93 213 La Plaine Saint-Denis cedex

David BYWALSKI
david.bywalski@groupe-ab.fr
01 49 17 24 19

MCM89, avenue Charles de Gaulle
92 575 Neuilly-sur-Seine**Société éditrice** : Jeunesse Thématiques
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/01/1989**Forme juridique** : S.A.S.
Capital : 34 880 409 €

THEMATIQUE	Pop Culture / Divertissement / Musical		
PUBLIC VISE	Millennials / 15-34 ans		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019	10 heures	
PROGRAMMES PHARES	<i>Pop Life ; Family Guy ; Bob's Burger ; BoJack Horseman ; American Dad ; Silex and the City, etc.</i>		
PROGRAMMATION	Part des différents genres de programmes		
	Fiction	5 %	
	Animation	50 %	
	Vidéoclip	35 %	
	Magazine	10 %	
ACTIONNAIRE(S)	Groupe M6	100 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	10 %	
	Autres ressources	90 %	
ORGANIGRAMME	Directeur général des chaînes thématiques	Philippe BONY	
	Directeur délégué adjoint	Julien FIGUE	
	Directeur commercial et développement	Jean-René AUCOUTURIER	
	Directrice des programmes	Patricia FONTENAS	
	Directrice de la production	Magali TORRICE-VINSON	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
	Orange	NON	OUI
Câble	Numericable	NON	OUI
ADSL	CanalSat DSL	OUI	NON
	Orange	NON	OUI
	Bouygues Telecom	OUI	NON
	Free	NON	OUI
	SFR	NON	OUI
Mobile / 3G	Orange, Bouygues Telecom, CanalSat Mobile	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Caraïbes, Réunion, Martinique, Guadeloupe, Mayotte	CanalSat, Numericable	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique, Suisse, Madagascar, Ile Maurice, Algérie, Maroc, Tunisie, Haïti, Monaco, République Dominicaine, Suriname		
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR MyCANAL, Free, Orange, SFR	INTERNET MyCANAL.fr	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE MyCANAL, SFR	TABLETTE myCANAL	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK MCM (officiel) TWITTER MCM	YOUTUBE, GOOGLE+ MCM La chaîne INSTAGRAM mcm tv	
REGIE PUBLICITAIRE	M6 PUBLICITE	Sophie RIVIERE Sophie.RIVIERE@gulli.fr	

MCM TOP

89, avenue Charles de Gaulle
92 575 Neuilly-sur-Seine



Société éditrice : Jeunesse Thématiques
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/11/2003

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 34 880 409 €

THEMATIQUE	Musicale	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	<i>Top star ; #Streamhit; Top Gold.</i>	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Vidéoclips	100 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe M6	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	10 %
	Autres ressources	90 %
ORGANIGRAMME	Directeur général des chaînes thématiques Directeur délégué adjoint Directeur commercial et développement Directrice des programmes Directrice de la communication Directrice des affaires réglementaires et des relations institutionnelles	Philippe BONY Julien FIGUE Jean-René AUCOUTURIER Patricia FONTENAS Samira CHAHBOUNE Cécile DURAND-GIRARD

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
	Orange	NON	OUI
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	CanalSat DSL	OUI	NON
	Orange	NON	OUI
	Bouygues Telecom	OUI	OUI
	Free Alice	NON	OUI
	SFR	NON	OUI
Mobile / 3G	Orange, Bouygues Telecom, CanalSat Mobile	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Nouvelle-Calédonie, Réunion	CanalSat, Numericable	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Angola, Australie, Belgique, Estonie, Hongrie, Lettonie, Liban, Lituanie, Luxembourg, Maroc, Malte, Ile Maurice, Mozambique, Pays-Bas, Pologne, Portugal, Serbie, Slovaquie, Slovénie, Suisse, Turquie		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUSEUR NON	INTERNET NON	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON	
REGIE PUBLICITAIRE	M6 PUBLICITE	Sophie RIVIERE Sophie.RIVIERE@gulli.fr	

MELODY TV

9, rue Archimède
59 650 Villeneuve d'Ascq
Tél/Fax : 03 28 37 04 04
www.melody.tv



Société éditrice : S.A.S. Harmony
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/07/2001
Lancement de la chaîne : 06/12/2001

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 681 313 €
Effectif : 10

THEMATIQUE	Divertissement – Chaîne du patrimoine de la chanson française et internationale.		
PUBLIC VISE	35-60 ans		
PROGRAMMES PHARES	Emissions de variétés exclusives, clips et scopitones jamais revus, concerts, films et documentaires musicaux.		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Musique Divertissements Documentaires Cinéma Information Spectacle vivant Autres	45 % 22 % 5 % 5 % 2 % 10 % 11 %	
ACTIONNAIRE(S)	S.A.S. Harmony	100 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité Autres ressources	4 % 96 %	
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Directeur des programmes Responsable partenariats et commercial Responsable programmation musicale Chef d'antenne Responsable production Responsable digital Communication presse	Bruno LECLUSE Jérôme DUTOIT Jean-Pierre PASQUALINI Benjamin DELFORGE Laurent HONGNE Cédric MOUFLARD Elena PETIAEVA Alexandre DEMARTIN Maud AUMIS et Camille DELABAERE	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal, FRANSAT	NON	OUI - A la carte + Tout CanalSat
Câble	Numericable	NON	OUI - A la carte
ADSL	Orange, CANAL, Bouygues, SFR, NC, Darty, Free, Wibox, Reglo TV	NON	OUI - A la carte
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Réunion, Caraïbes, Nouvelle-Calédonie		
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Afrique Belgique Suisse Luxembourg Monaco	Canal+ Afrique (Tout canal) Proximus, SFR, BE.TV, CanalSat, Net+, Citycable POST.LU Monaco Telecom	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Application MELODY	TABLETTE Application MELODY	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR CanalSat, Orange, free, SFR	INTERNET www.melody.tv	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK Melody		
REGIE PUBLICITAIRE	FRANCE TELEVISIONS PUBLICITE	Nathalie CLEMENCEAU nathalie.clemenceau@francetvpub.fr 01 56 22 62 00	

MELODY D'AFRIQUE

9, rue Archimède
59 650 Villeneuve d'Ascq
Tél/Fax : 03 28 37 04 04
www.melody.tv



Société éditrice : S.A.S. Harmony
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/01/2017
Lancement de la chaîne : 06/08/2017

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 681 313 €
Effectif : 10

THEMATIQUE La chaîne dédiée aux artistes du patrimoine et aux classiques des musiques africaines des années 60 à 2000.

PUBLIC VISE 35-60 ans

PROGRAMMES PHARES Emissions de variétés exclusives, clips jamais revus, concerts et documentaires musicaux.

PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Musique	60 %
	Divertissements	10 %
	Documentaires	10 %
	Spectacle vivant	10 %
	Autres	10 %

ACTIONNAIRE(S) S.A.S. Harmony 100 %

SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	4 %
	Autres ressources	96 %

ORGANIGRAMME	Président	Bruno LECLUSE
	Directeur général	Jérôme DUTOIT
	Responsable partenariats et commercial	Benjamin DELFORGE
	Responsable programmation musicale	Laurent HONGNE
	Chef d'antenne	Cédric MOUFLARD
	Responsable production	Thomas DADOUN
	Post-production	Simon GUAQUIERE
	Responsable digital	Alexandre DEMARTIN
	Communication presse	Maud AUMIS et Camille DELABAERE

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
ADSL	Orange, SFR, NC Free, Bouygues, Watch It	NON	OUI

SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUR	INTERNET www.melody.tv
---	-----------------	----------------------------------

RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK Melody d'Afrique
------------------------	-------------------------------------

DEVELOPPEMENT Distribution en Afrique Francophone

REGIE PUBLICITAIRE	MELODY TV	Benjamin DELFORGE delforge@melody.tv 06 33 78 25 38
---------------------------	-----------	---

MEN'S UP

WARM UP INTERACTIVE
738, rue Yves Kermel
92 100 Boulogne-Billancourt
Tél/Fax : 01 46 21 93 93
www.mensup.fr

Société éditrice : Warm Up Interactive
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 09/2010
Lancement de la chaîne : 10/2010

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 139 000 €
Effectif : 9

THEMATIQUE	Généraliste		
PUBLIC VISE	Hommes 25-49 ans, actifs, CSP+		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019	200 heures	
PROGRAMMES PHARES	<i>Style me up ; Ride UP mag ; Gastron'homme ; Uptime.</i>		
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	70 %	
Part des différents genres de programmes	Documentaires – Magazines	80 %	
	Sport (y compris information sportive)	20 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	50 %	
	Autres ressources	50 %	
ORGANIGRAMME	Président	Stéphan HUYVENAAR	
	Directeur général	Olivier GIRBAS	
	Directeur de l'antenne	Stéphan HUYVENAAR	
	Directrice des programmes	Carole HUYVENAAR	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
ADSL	Orange, Free, Bouygues, SFR-Neuf	OUI	NON
Mobile/3G	SFR Mobile, Orange Mobile	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Guadeloupe	SFR	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	NON		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUR NON	INTERNET tv.mensup.fr	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Men's Up	TABLETTE NON	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK mensup.france	TWITTER mensup_france	
REGIE PUBLICITAIRE	HORYZON MEDIA	Olivier GIRBAS ogirbas@wui.fr	

MEZZO MEZZO LIVE HD

10, boulevard de Grenelle
75015 Paris
www.mezzo.tv



Société éditrice : Mezzo S.A.

Convention CSA : oui

Création de la chaîne : 01/01/1996

Lancement de la chaîne : 1996 et 2010

Capital : 2 287 500 €

Forme juridique : S.A.

THEMATIQUE	Musical		
PUBLIC VISE	Amateurs de musique classique, jazz et danse		
PROGRAMMES PHARES	40 directs par an		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019	350 heures	
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	26 %	
Part des différents genres de programmes	Documentaires - Magazines	5 %	
	Spectacle vivant	90 %	
	Autres	5 %	
ACTIONNAIRE(S)	Groupe Les Echos – Le Parisien	50 %	
	Groupe Canal +	50 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Abonnements	85 %	
	Autres ressources	15 %	
ORGANIGRAMME	Président directeur général	Pierre LOUETTE	
	Directrice Générale	Bérénice LAJOUANIE	
	Directeur	Hervé BOISSIERE	
	Responsable des programmes	Rose-Hélène DUCASSOU	
	Directrice artistique	Anne CHOSSON	
	Responsable des programmes classiques	Pablo GALONCE	
	Chargé des programmes jazz et musiques du monde	Hary RANDRIANARISOA	
	Directeur du marketing et de la communication	Wilfried TEXIER	
	Directrice du développement	Isabelle PASQUESOONE	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal+	NON	OUI
	Orange	NON	OUI
Câble	Numericable	NON	OUI
ADSL	Canal+ DSL	NON	OUI
	Free	NON	OUI
	SFR	NON	OUI
	Orange	NON	OUI
	Bouygues Telecom	OUI (Mezzo)	OUI (Mezzo Live HD)
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Réunion, Calédonie, Martinique, Guadeloupe	Canal+, Numericable	
DIFFUSION HORS DE FRANCE MEZZO + MEZZO LIVE HD	100 pays		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR IPTV <i>via</i> Orange mycanal	INTERNET <i>via</i> le site d'Orange mycanal.fr	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Application d'Orange, mycanal	TABLETTE Application d'Orange, mycanal	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK INSTAGRAM TWITTER	Mezzo.tv Mezzo.tv Mezzo_tv	
REGIE PUBLICITAIRE	Régie publicitaire intégrée	Isabelle PASQUESOONE ipasquesoone@mezzo.fr / 06 43 05 66 77	

MON SCIENCE & VIE JUNIOR (Application)

132, avenue du président Wilson
BP 95
93 213 La Plaine Saint-Denis cedex
Tél/Fax : 01 49 22 20 01 / 22 35

Société éditrice : AB Thématiques
Convention CSA : non
Création de la chaîne : 31/03/2016

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 11 327 890,17 €

THEMATIQUE	Documentaires - Magazines	
PUBLIC VISE	Jeunesse	
THEMATIQUE	<i>Bestioles ; Planet detox ; Les expériences de Dr Nozman ; L'esprit sorcier ; Cap'taine Snap ; Mathema.</i>	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires et magazines	100 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.S.	100 %
ORGANIGRAMME	Représentant permanent d'AB Thématiques Directeur digital et distribution des chaînes Directrice marketing et communication Responsable de l'antenne et de la programmation des chaînes Découverte et Sports Responsable éditoriale Attachée de presse	Richard MAROKO Vincent GRYNBAUM Cécile BRINO Marie DE MAUBLANC Isabelle GRILLOT Katia DEPARIS

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Orange	NON	OUI - Famille / Intense
ADSL	Bouygues Orange	OUI NON	Abonnés Bbox Miami & Brooklyn OUI - Famille / Intense
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE OUI	TABLETTE OUI	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR NON	INTERNET NON	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK @MonSVJ TWITTER @MonSVJ	SNAPCHAT / SNAPSHOW Mon Science & Vie Junior	

MTV
MTV HITS
MY MTV

22, rue Jacques Dulud
92 521 Neuilly-sur-Seine cedex
Tél : 01 70 94 94 94
www.mtv.fr



Société éditrice : Viacom CBS Networks France
Convention CSA : non
Création de la chaîne : 1981
Lancement de la chaîne MTV : 1998
Lancement des chaînes MTV HITS et My MTV : 2015
Forme juridique : SARL
Effectif : > 100

THEMATIQUE	Divertissement, musical, générationnel		
PUBLIC VISE	15-24 et 15-34 ans, 25-49 ans, CSP+		
PROGRAMMES PHARES	<i>Catfish : Fausse identité ; 17 ans et maman ; Ridiculous ; Les menteurs et les Lovers ; Ex On The Beach ; Are You The One ; Geordie Shore ; Just Tattoo Of Us ; MTV EMA ; MTV Video Music Awards, etc.</i>		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019	>100 heures / an (hors production en France)	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Programmes inédits MTV Fiction - Tv Réalité Cinéma Spectacle vivant MTV HITS Spectacle vivant Vidéo-clips	> 5000 heures / an 90 % 5 % 5 % 30 % 70 %	
ACTIONNAIRE(S)	Viacom	100 %	
ORGANIGRAMME	Gérant Directeur Directrice des programmes et des antennes Directeur programmation musicale et conduite antenne Directeur communication/marketing/promotion Directeur digital Directrice Juridique	Thierry CAMMAS Jean-Marc DUPIRE Angélique GRIMOUX Arnaud VIZZACCHERO Nicolas BESNIER Nicolas DOMONT Céline FERTE	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	OUI	NON
Câble	SFR, Regicom, Vialis SIVU	OUI	NON
ADSL	Canal, Free, Bouygues Telecom, SFR	OUI	NON
OTT	Molotov	NON	OUI
MOBILE / 3G	SFR-TV, POP CULTURE 5Bouygues Telecom), MyCANAL, Molotov	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Guadeloupe, Martinique, Réunion, Nouvelle-Calédonie	Canal+ Antilles, MTV, WSG, Canal+ Réunion, OMT, CanalSat, Nouvelle-Calédonie	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Monaco Maroc Afrique sub-saharienne	Ale, Télédis, Brutélé, etc. Canal, Cablecom, Netplus, etc. Monaco Telecom, Canal Maroc Telecom Canal Overseas	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR MyCANAL, SFR, Molotov, Bouygues Telecom, Free	INTERNET MOBILE TABLETTE MyCANAL, SFR, Molotov, Bouygues Telecom	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK mtv.france TWITTER, INSTAGRAM @MTVFR	SNAPCHAT DISCOVER MTV	
REGIE PUBLICITAIRE	VICOM CBS NETWORKS FRANCE	Philippe LARRIBAU - Directeur Philippe.larribau@vimn.com	

MUSEUM

Tél/Fax : 09 72 64 83 71
www.Museumtv.art



Société éditrice : SAS MEDIART
Convention CSA : 2017
Création de la chaîne : 2017
Lancement de la chaîne : avril 2017

Forme juridique : SAS
Capital : 201 929 €
Effectif : 9

THEMATIQUE	Chaîne dédiée à l'art		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMES PHARES	<i>Art News ; Art Quiz ; Sketchbook ; Photo Contest ; Travelers ; Visite Privée ; Une journée particulière ; My Little Museum...</i>		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Divertissements	20 %	
	Documentaires	70 %	
	Cinéma	1 %	
	Information	9 %	
ACTIONNAIRE(S)	SECOM	75 %	
	CANAL	25 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	5 %	
	Autres ressources	95 %	
ORGANIGRAMME	Président Directeur Général	Bruno LECLUSE	
	Directeur de la chaîne	Pascal JOSEPHE	
	Responsable d'antenne	Pierre CESBRON	
	Responsable de la programmation	Vincent DELATTRE	
	Communication et presse, Marketing et partenariats	Agence Communic'Art	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal exclu		
Câble	-	-	-
ADSL	-	-	-
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Russie, Ukraine, Afrique Sub-Saharienne, Pologne, Italie		
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION	myCANAL/CANALALADEMANDE		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	myCANAL/CANALALADEMANDE		
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK, TWITTER, INSTAGRAM		
REGIE PUBLICITAIRE	CANAL+ BRAND SOLUTIONS		

MY ZEN TV



Société éditrice : SAS Cofites
 Convention CSA : 2017
 Création de la chaîne : 2008
 Lancement de la chaîne : 2008

Forme juridique : SAS
 Capital : 100 040 €
 Effectif : 4

THEMATIQUE	Lifestyle	
PUBLIC VISE	Femmes 25-40 ans	
PRODUCTION	45 % de la grille	
PROGRAMMES PHARES	<i>My Zen Trendy ; My Zen People ; Yogi Cameron ; Yoga Girls ; Yoga ; Herbarium ; Echo Logis.</i>	
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	50 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	5 %
	Autres ressources	95 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur général	Bruno LECLUSE
	Direction générale	Nela PAVLOUSKOVA
	Programmation d'antenne	Cédric MUFFAT

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Opérateur Canal et Orange	OUI NON	
Câble	Bouygues	NON	
ADSL	Numericable /SFR	NON	
	Vialis Free	NON	
OTT	Cellfish	OUI	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI		
DIFFUSION HORS DE FRANCE	82 pays sur tous les continents		
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVEUR Canal, Orange, Free	INTERNET OUI	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE MyZen TV	TABLETTE MyZen TV	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK MyZen TV	TWITTER MyZen TV	

NATIONAL GEOGRAPHIC

Calle Bardasano Baos 9
Madrid 28016
www.nationalgeographic.fr



Société éditrice : Fox Networks Group Espana, S.L.U.

Convention CSA : non

Création de la chaîne : 2001

Lancement de la chaîne : 2009

Forme juridique : S.L.U. (S.A.R.L.)

Capital : 61 000 €

THEMATIQUE	Documentaire		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMES PHARES	<i>Cosmos ; Mars ; Air Crash ; Megastructures ; Story of God with Morgan Freeman ; Trésors sous les mers ; Car SOS ; Bear Grills ; Gordon Ramsay ; Territoires Inexplorés.</i>		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires		100 %
ACTIONNAIRE(S)	Fox Networks Group (UK) Ltd.		100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité		15 %
	Abonnement		80 %
	Autres ressources		5 %
ORGANIGRAMME	Directeur général	Simon AMSELEM	
	Directrice des programmes	Paloma MARTIN	
	Direction juridique	Daniel OLIVEROS / Emilie MAAREK	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	NON	OUI
Câble	N/A	N/A	N/A
IPTV	Via offres Canal chez Orange et Free	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	DROM POM COM	Canal+ International, Parabole Réunion, Vini, C&W Seychelles, Mauritius Telecom, CAN'L	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Luxembourg Monaco Certains pays d'Afrique	Proximus, BeTV/VOO, Orange, Telenet Swisscom, Net Dream, etc. Tango Monaco Telecom Canal+ International, Startimes, etc.	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUR Services replay des distributeurs (Canal à la demande, Freebox Replay...)	INTERNET Sites replay des distributeurs (ex : www.myCANAL.fr...)	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE OUI	TABLETTE OUI	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK NatGeoFrance/ INSTAGRAM natgeochannel_france/ TWITTER NatGeoFrance	YOUTUBE NatGeoTVFrance DAILYMOTION Nat-Geo-Channel-FR	
REGIE PUBLICITAIRE	FRANCE TELEVISIONS PUBLICITE	Nathalie DINIZ CLÉMENCEAU nathalie.clemenceau@francetvpub.com	

NATIONAL GEOGRAPHIC WILD

Calle Bardasano Baos 9
Madrid 28016
www.nationalgeographic.fr



Société éditrice : Fox Networks Group Espana, S.L.U.

Convention CSA : non

Création de la chaîne : 2008

Lancement de la chaîne : 2008

Forme juridique : S.L.U. (S.A.R.L.)

Capital : 61 000 €

THEMATIQUE	Documentaire		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMES PHARES	<i>Destination Wild ; Docteur Pol ; Un monde mortel ; Le royaume sauvage ; Planète hostile.</i>		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires		100 %
ACTIONNAIRE(S)	Fox Networks Group (UK) Ltd.		100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité		11 %
	Abonnement		84 %
	Autres		5 %
ORGANIGRAMME	Directeur général		Simon AMSELEM
	Directrice des programmes		Paloma MARTIN
	Direction juridique		Daniel OLIVEROS / Emilie MAAREK
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	NON	OUI
Câble	NA	NA	NA
IPTV	Via les offres Canal chez Free et Orange	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	DROM POM COM		Canal+ International, Parabole Réunion, Vini, C&W Seychelles, Mauritius Telecom, CAN'L
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Luxembourg Monaco Certains pays d'Afrique		Proximus, BeTV/VOO, Orange, Telenet Swisscom, Net Dream, etc. Tango Monaco Telecom Canal+ International, Startimes
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUSEUR Services replay des distributeurs (Canal à la demande, Freebox Replay...)	INTERNET Sites replay des distributeurs (ex : www.myCANAL.fr...)	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE OUI	TABLETTE OUI	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK natgeowildFR/ INSTAGRAM natgeowild.france TWITTER NatGeoWildFr	YOUTUBE NatGeoTvWild DAILYMOTION Nat-Geo-Wild-FR	
REGIE PUBLICITAIRE	FRANCE TELEVISIONS PUBLICITE		Nathalie DINIZ CLEMENCEAU nathalie.clemenceau@francetvpub.com

NICKELODEON
MON NICKELODEON JUNIOR
NICKELODEON JUNIOR
NICKELODEON
NICKELODEON TEEN

22, rue Jacques Dulud
 92 521 Neuilly-sur-Seine cedex
 Tél : 01 70 94 94 94
 www.nickelodeon.fr

Société éditrice : Viacom CBS Networks France
Convention CSA : non
Création de la chaîne : 1979
Lancement des chaînes : Nickelodeon : 2005
 Nickelodeon Junior: 2010, Mon Nickelodeon Junior: 2012, Nickelodeon4Teen: 2014

Forme juridique : S.A.R.L.
Effectif : >100

THEMATIQUE	Jeunesse		
PUBLIC VISE	Mon Nickelodeon Junior : 2-5 ans / Nickelodeon Junior : 3-7 ans / Nickelodeon : 7-12 ans garçons / Nickelodeon Teen : 8- 14 ans filles		
PROGRAMMES PHARES	<p>Nickelodeon Junior et Mon Nickelodeon Junior: <i>Paw Patrol : La Pat' Patrouille ; Blaze et les Monster Machines ; Dora l'exploratrice ; Alvin !! et les Chipmunks ; Peppa Pig.</i></p> <p>Nickelodeon : <i>Bob l'éponge ; Bienvenue chez les Loud ; Les Thunderman ; Les Tortues Ninja ; Henry Danger ; Les Lapins Crétins : Invasion.</i></p> <p>Nickelodeon Teen : <i>Les Mystères d'Hunter Street ; Sam & Cat ; Victoriou ; iCarly ; Les Kids Choice Awards ; Chica Vampire ; Le bureau des affaires magiques.</i></p>		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour les chaînes en 2019	> 50 heures par an et par chaîne	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Programmes inédits Fiction Animation Spectacle vivant	> 500 heures / chaîne en moyenne 29 % 70 % 1 %	
ACTIONNAIRE(S)	Viacom	100 %	
ORGANIGRAMME	Gérant Directeur des programmes Responsable programmation Directeur promotion/communication/marketing Directeur digital Directrice juridique Directrice des études	Thierry CAMMAS Pierre HERGAUT Alexiane WOZNIK Nicolas BESNIER Nicolas DOMONT Céline FERTE Muriel FERRERO	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	OUI	NON
Câble	SFR, Regicom, SIVU	OUI	NON
ADSL	Canal, Free, SFR, Bouygues Telecom	En fonction de l'opérateur	En fonction de l'opérateur
OTT	Molotov	NON	OUI
Mobile / 3G	SFR TV, MyCANAL, Molotov	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Guadeloupe, Martinique, Réunion, Nouvelle-Calédonie	Canal+ Antilles, MTV, WSG, Canal+ Réunion, SRR, Zeop, OMT, CanalSat Calédonie	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Maroc Afrique sub-saharienne Monaco	BruTélé, BE TV, etc Cablecom, Netplus Maroc Telecom Canal Overseas Monaco Telecom, Canal	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Canal, SFR, Bouygues Telecom, Molotov	INTERNET MOBILE TABLETTE MyCANAL, SFR, Molotov, Bouygues Telecom	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK nickelodeonfrance / nickelodeonjunior	TWITTER @NickelodeonFR / @nickelodeonjrfr	
REGIE PUBLICITAIRE	VIACOM CBS NETWORKS FRANCE	Philippe LARRIBAU – Directeur Philippe.larribau@vimn.com	

NON STOP PEOPLE

25, rue Chateaubriand
75 008 Paris
Tél/Fax : 01 80 48 67 41
www. http://non-stop-tv.fr/



Société éditrice : Non Stop Edition
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : novembre 2012
Lancement de la chaîne : novembre 2012

Forme juridique : S.A.S
Capital : 19 000 €
Effectif : 35

THEMATIQUE	Information people		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMES PHARES	<i>Morandini Live ; Good Morning People ; Le Debrief.</i>		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019	1 500 heures	
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	100 %	
Part des différents genres de programmes	Information	90 %	
	Magazine / Talk-Show	10 %	
ACTIONNAIRE(S)	BANIJAY France	50 %	
	Mediatic System	50 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	5 %	
	Abonnements	95 %	
ORGANIGRAMME	Président	Hugues DANGY	
	Marketing / Développement	Isabelle MELLINGER	
	Production	Nicolas CAMBOURNAC	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	OUI	NON
ADSL	Free	OUI	NON
ADSL	Orange, Bouygues	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Guadeloupe, Martinique	CanalSat Caraïbes	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Réunion Nouvelle-Calédonie Maroc Liban Luxembourg	ZEOP GOTV Maroc Telecom Rights & Rights Post Luxembourg "Bouquet Dynamique"	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Canal à la demande sur les box Canal Dans l'univers Canal à la demande chez les FAI (FREE, BTEL, Orange, SFR) Dans le replay d'Orange et de FREE en wholesale (offres Famille et TV by Canal)	INTERNET Sur MyCANAL	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Appli MyCANAL Apple TV	TABLETTE Appli MyCANAL Apple TV	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK, INSTAGRAM, TWITTER		
DEVELOPPEMENT 2019	Nouvelles zones de distribution VF.		
REGIE PUBLICITAIRE ANTENNE+WEB	CANAL+ BRAND SOLUTIONS	Arnaud DAUBE Arnaud.daube@canal-plus.com 01 71 35 55 52	

NRJ 12

46-50, avenue Théophile Gautier
75 203 Paris cedex 16
Tél/Fax : 01 40 71 39 29 / 34 92
www.nrj-play.fr/nrj12



Société éditrice : NRJ 12
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 2005
Lancement de la chaîne : 31/03/2005

Forme juridique : S.A.R.L.
Capital : 15 390 000 €

THEMATIQUE	Généraliste	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	<i>Crimes ; Les Anges ; The Big Bang Theory ; The Middle ; Héritages ; Crimes et faits divers la quotidienne.</i>	
ACTIONNAIRE(S)	NRJ GROUP	100 %
ORGANIGRAMME	Gérant Directrice de la stratégie programmation et acquisitions Directrice de la communication Pôle TV et des relations publiques NRJ Group Directrice des relations presse NRJ Group Directeur des productions	Guillaume PERRIER Céline CHANAT Candice de SAINT-PERN Anne BIDOLI Mathieu PINGANAUD
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT, sur toutes les box ADSL, fibre et câble ainsi que via les offres satellite de Canal, de TNTSat et de Fransat.	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR NRJ 12 Replay disponible sur Free, SFR, SFR Fibre, Orange, Bouygues Telecom et téléviseurs connectés HbbTV INTERNET http://www.nrj-play.fr/nrj12	TABLETTE NRJ 12 Replay disponible sur iOS, Android
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK NRJ 12 TWITTER @nrj12lachaîne	INSTAGRAM nrj12lachaîne
REGIE PUBLICITAIRE	NRJ GLOBAL www.nrjglobal.com	Sébastien BRIZARD sbrizard@nrjglobal.fr 01 40 71 44 06

NRJ HITS

46-50, avenue Théophile Gautier
75 203 Paris cedex 16
Tél/Fax : 01 40 71 39 29 / 34 92
www.nrj-play.fr/nrj-hits

Société éditrice : NRJ 12

Convention CSA : oui

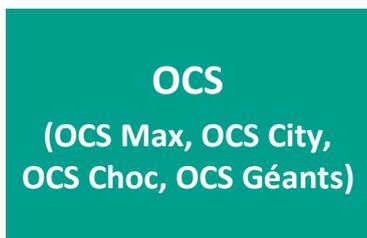
Création de la chaîne : 2007

Lancement de la chaîne : 2007

Forme juridique : S.A.R.L.

Capital : 15 390 000 €

THEMATIQUE	Musique	
PUBLIC VISE	Jeunes et jeunes adultes, entre 15 et 34 ans.	
ACTIONNAIRE(S)	NRJ GROUP	100 %
ORGANIGRAMME	Gérant Directeur de la programmation musicale Responsable adjoint programmation musicale Directrice de la communication Pôle TV et des relations publiques NRJ Group Directrice des relations presse NRJ Group	Guillaume PERRIER Jérémy COURTYTERA Morgan REGEL Candice de SAINT-PERN Anne BIDOLI
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur les box ADSL, fibre et câble ainsi que via l'offre Canal par satellite	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK Nrjhitslachaîne	TWITTER @nrjhitslachaîne
REGIE PUBLICITAIRE	NRJ GLOBAL www.nrjglobal.com	Sébastien BRIZARD sbrizard@nrjglobal.fr 01 40 71 44 06



44, avenue de la République
CS 50010 / 92 326 Châtillon cedex
Tél/Fax : 01 57 39 56 78
www.ocs.fr



Société éditrice : OCS SNC
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 07/11/2008
Lancement de la chaîne : 13/11/2008

Forme juridique : S.N.C.
Capital : 75 002 499 €
Effectif : 61

THEMATIQUE	Cinéma et séries		
PUBLIC VISE	Amateurs de séries et de cinéma		
PROGRAMMES PHARES	Cinéma : <i>Qu'est-ce qu'on a encore fait au bon dieu ? ; Once upon a time in Hollywood ; Venom...</i> Séries : <i>Watchmen ; His Dark Materials ; Game of Thrones ; The Walking Dead ; The Handmaid's Tale...</i> Programmes de flux : <i>Story Movies ; Story Séries ; Story Classique ; Court Central...</i>		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019	100 heures	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Part de programmes inédits Fiction Cinéma Documentaires et magazines / Animation	60 % 20 % 70 % 7 % / 3 %	
ACTIONNAIRE(S)	Orange TV Participations Multithématiques S.A.S.	66,66 % 33,33 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Abonnements	100 %	
ORGANIGRAMME	Président Représentant du gérant Directeur des programmes Directrice des antennes Directrice juridique Directeur financier	Serge LAROYE Guillaume JOUHET Boris DUCHESNAY Audrey LE MOULLEC Marie de VIVIES Abdelkalek GOUGAM	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Orange, Canal, Fransat, Tahiti Nui Satellite (Vini)	NON NON	A la carte - Pack A la carte - Pack
Câble	SFR-Numericable, Vialis	NON	A la carte - Pack
ADSL/Fibre	Orange, Canal, SFR-Numericable, Bouygues Free, Monaco Telecom Swisscom, My.T (Mauritius Telecom) Vini, Vialis/Videofutur/Wibox (RIP)	NON NON NON NON NON	A la carte - Pack A la carte - Pack A la carte A la carte - Pack A la carte - Pack
Mob/Internet	Orange, OCS, SFR-Numericable, Bouygues, Free, Canal, Playstation, Molotov, Monaco Telecom, Vialis/Videofutur/Wibox, Swisscom		
DIFFUSION DANS LES DROM/POM/COM et autres territoires	La Réunion, Mayotte, Guadeloupe, Martinique, Guyane, Saint-Martin, Saint Barthélémy, Tahiti, Nouvelle-Calédonie, Suisse, Monaco Ile Maurice Suisse		Orange, Tahiti Nui Satellite (Vini), Parabole Réunion, Canal+ Réunion/Caraïbes/Nouvelle-Calédonie, World Satellite Guadeloupe et Martinique TV Câble (SFR-Numericable), ZEOP. Parabole Maurice, My.T, Canal+ Maurice. Swisscom/Teleclub.
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE OCS sur Appstore et GooglePlay, Win10, TV (Apple TV, Smart TV Samsung et Android TV)	TABLETTE OCS sur Appstore et GooglePlay, Win10	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR OCS Go sur les distributeurs, Chromecast,	INTERNET www.ocsgo.fr	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK OCS	TWITTER @OCSTV	

OL TV

Groupama Stadium
10, avenue Simone Veil
CS 70712 69 153 Decines cedex
Tél : 04 81 07 46 02
Mail : oltv@ol.fr / www.olweb.fr

Société éditrice : OL IMAGES**Convention CSA** : oui**Création de la chaîne** : 08/10/2004**Lancement de la chaîne** : 27/07/2005**Forme juridique** : S.A.S.**Capital** : 37 000 €**Effectif** : 25

THEMATIQUE	Sport		
PUBLIC VISE	Tout public supporter de l'Olympique Lyonnais ou amateur de football, de sport en général.		
PROGRAMMES PHARES	OL Access, OL Infos, Avant et Après match, matchs de L1, matchs européens, matchs de Coupe de France, matchs de coupe de la Ligue, matchs féminins, matchs des équipes de jeunes, les conférences de presse en direct, au cœur du club, L'Extra...		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019	Plus de 1 000 heures	
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	10 %	
Part des différents genres de programmes	Documentaires et magazines	30 %	
	Sport – y compris information sportive	70 %	
ACTIONNAIRE(S)	OL Groupe	100 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	2 %	
	Abonnements	70 %	
	Autres ressources	28 %	
ORGANIGRAMME	Président	Jean-Michel AULAS	
	Directeur général	Harry MOYAL	
	Directeur des programmes et production	Alexa THILLE	
	Juridique	Vincent PONSOT	
	Rédacteur en chef	Serge COLONGE	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	NON	OUI - Pack Panorama
Câble	Numericable	OUI	OUI - Pack Sport
Mobile/3G	Bouygues Telecom, SFR		
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE OL Play sur appli OL	TABLETTE OL Play sur appli OL	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR NON	INTERNET www.ol.fr	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK OLTV	TWITTER @OLTV_officiel	
REGIE PUBLICITAIRE	LAGARDERE SPORT	Virginie ADNET vadnet@ol.fr 04 81 07 47 62	

OLYMPIA TV

1, place du spectacle
92 130 Issy-les-Moulineaux



Société éditrice : CANAL+ Thématiques

Convention CSA : Oui

Création de la chaîne : juin 2019

Lancement de la chaîne : 21 janvier 2020

Forme juridique : S.A.S

Capital : 22 557 312 €

THEMATIQUE	SPECTACLES	
PUBLIC VISE	Public adulte /, mixte	
PROGRAMMES PHARES	<i>Olympiascope</i> (magazine quotidien de la chaîne), concerts, théâtre, soirées « classique grandiose », les humoristes, magie, cirque moderne ...	
ACTIONNAIRE(S)	CANAL+ Thématiques (Groupe CANAL+)	100 %
ORGANIGRAMME	Président du Directoire du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint du Groupe CANAL+, en charge de la France Directeur général des antennes et des programmes du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint antennes et programmes payants Directrice OLYMPIA TV Directeur de l'unité de contenus spectacles Vivants Directrice de la Marque et la communication Groupe CANAL+	Maxime SAADA Frank CADORET Gerald-Brice VIRET Jean-Marc JURAMIE Delphine DEWOST Manuel COHEN SCALI Emilie PIETRINI
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION		
RESEAU	ADSL/Fibre, Câble, Satellite, OTT	
DISTRIBUTION	CANAL+, Orange, SFR, Free, Bouygues Telecom	
OFFRES	Pack Famille+, Intégrale+, Panorama, TV by CANAL, Famille by CANAL	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	NON	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	NON	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR CANAL+ A LA DEMANDE	INTERNET myCANAL
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE, TABLETTE, PC/MAC, TV Connectée myCANAL	
RESEAUX SOCIAUX :	FACEBOOK My canal	TWITTER My canal
REGIE PUBLICITAIRE	CANAL+ BRAND SOLUTIONS	Francine MAYER (Présidente) Francine.mayer@canal-plus.com

PARAMOUNT CHANNEL

22, rue Jacques Dulud
92 521 Neuilly-sur-Seine
Tél : 01 70 94 94 94
www.paramountchannel.fr



Société éditrice : Viacom CBS Networks France

Convention CSA : non

Création de la chaîne : 2013

Lancement de la chaîne : 05/09/2013

Forme juridique : S.A.R.L.

Effectif : >100

THEMATIQUE	Cinéma		
PUBLIC VISE	25-49 ans, CSP+		
PROGRAMMES PHARES	Films issus des grands studios hollywoodiens : Paramount, NBC Universal, Sony Columbia.		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019	> 50 heures par an	
PROGRAMMATION	Programmes inédits	> 600 heures / an	
Part des différents genres de programmes	Cinéma	90 %	
	Documentaires et magazines	10 %	
ACTIONNAIRE(S)	Viacom	100 %	
ORGANIGRAMME	Gérant	Thierry CAMMAS	
	Directeur des programmes	Pierre HERGAUT	
	Responsable programmation	André KOBTZEFF	
	Directeur promotion/communication/marketing	Nicolas BESNIER	
	Directeur digital	Nicolas DOMONT	
	Directrice juridique	Céline FERTE	
	Directrice des études	Muriel FERRERO	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	NON	OUI
Câble	SFR	OUI	NON
ADSL	Canal, Orange, Bouygues Telecom, Free, SFR	En fonction de l'opérateur	En fonction de l'opérateur
OTT	Molotov	NON	OUI
Mobile / 3G	Appli Paramount Channel, SFR-TV, MyCANAL, Molotov, Orange TV	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Guadeloupe, Martinique, Réunion, Nouvelle-Calédonie	Canal+ Antilles, MTVC, WSG, OMT, ZEOP Canal+ Nouvelle-Calédonie	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Monaco Suisse Maroc Algérie, Tunisie Afrique Subsaharienne	Coditel Orange, Canal Netplus Maroc Telecom, AB SAT, MY HD MEDIA Canal Overseas	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUSEUR Canal, SFR, Bouygues, Orange, Free, Molotov	INTERNET MOBILE TABLETTE MyCANAL, SFR, Bouygues, Orange, Free, Molotov	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK Paramount.channel.france TWITTER @PARAMOUNT_TVFR	INSTAGRAM @paramount_channel_fr	
REGIE PUBLICITAIRE	VIACOM CBS NETWORKS FRANCE	Philippe LARRIBAU - Directeur Philippe.larribau@vimn.com	

PARIS PREMIÈRE

89, avenue Charles de Gaulle
92 200 Neuilly-sur-Seine
Tél/Fax : 01 41 92 57 00 / 03
www.paris-premiere.fr



Société éditrice : PARIS PREMIERE
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 15/12/1986
Lancement de la chaîne : 15/12/1986

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 10 089 380 €
Effectif : 20

THEMATIQUE	Généraliste	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	<i>Ça balance à Paris ; Zemmour et Naulleau ; La mode, la mode, La mode ; Très très bon ; La revue de presse ; Chez Moix ; J'ai un ticket...</i>	
ACTIONNAIRE(S)	Groupe M6	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directrice générale DGA sports et opérations spéciales Responsables éditoriales Directrice des productions Responsable de la programmation Responsable communication Responsable partenariats et relations publiques Chargées de communication Responsable artistique Responsable d'antenne Responsable des productions	Philippe BONY Catherine SCHÖFER Fabrice CLÉMENT Priscilla HUET, Armelle DURUPT Muriel PEYROT Martin TRAMONT Sophie MICHARD Clélia JOLY Amélie BOISSEAU, Florence SOMMIER Yann OLEJARZ Delphine POMMAT Joël ISCLA
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	TNT payante (tranche en clair de 18h30 à 21h00 tous les jours et de 10h00 à 13h00 les samedis et dimanches ; CanalSat)	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION		
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE
Satellite	CanalSat	OUI
Câble	Numericable	OUI
ADSL	CanalSat DSL, SFR-Neuf,	OUI
	Bouygues,	OUI
	Orange, Free	NON
Mobile / 3G	Orange Mobile	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Tous sauf Nouvelle-Calédonie	CanalSat Overseas, ZEOP (Réunion)
DIFFUSION HORS DE FRANCE	NON	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR CanalSat, Numericable, Bouygues, Orange, SFR	INTERNET 6play
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE 6play	TABLETTE 6play
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK Paris Premiere	TWITTER @ParisPremiere
REGIE PUBLICITAIRE	M6 PUBLICITE	Frédérique REFALO refalo@m6.fr

PIWI+

1, place du Spectacle
92 863 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél : 01 71 35 35 35
www.mycanal.fr / <https://www.canalplus.com/chaines/piwi>

Société éditrice : CANAL+ Thématiques

Convention CSA : oui

Création de la chaîne : 03/12/2003

Forme juridique : S.A.S.

Capital : 22 557 312 €

THEMATIQUE	Jeunesse	
PUBLIC VISE	3-6 ans	
ACTIONNAIRE de Multithématiques	Groupe CANAL+	100 %
ORGANIGRAMME	Président du Directoire du Groupe CANAL+ DGA du Groupe CANAL+, en charge de la France DG des antennes et des programmes du Groupe CANAL+ DGA antenne et programmes payants Directrice du pôle jeunesse Responsable éditorial des chaînes Piwi+ et Télétoon+ Responsable des acquisitions jeunesse Responsable des productions et des développements de programmes jeunesse Responsable promotion partenariats Directrice de la communication et de la marque Groupe CANAL+	Maxime SAADA Frank CADORET Gérald-Brice VIRET Jean-Marc JURAMIE Audrey BRUGERE Chrystel MUSSY-MASUCCI Géraldine SOTO Nathalie LEFFRAY Amandine HEROUT Emilie PIETRINI

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	ADSL/Fibre, Câble, Satellite, OTT	
DISTRIBUTION	CANAL+, Orange, SFR, Free, Bouygues Telecom	
OFFRES	Pack Famille+, Intégrale, Panorama, TV by CANAL, Famille by CANAL	
DIFFUSION DANS LES DROM/POM/COM/TOM Via CANAL+ International	Réunion, Mayotte, Caraïbes Nouvelle-Calédonie Polynésie	Canal Canal Vini
DIFFUSION HORS DE France	Suisse (via CANAL+ Suisse) Belgique Afrique (via CANAL+ International)	Canal, UPC Cablecom, Swisscom, Net+ Voo BeTV Canal, Parabole Maurice & Madagascar
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEISEUR CANAL+ A LA DEMANDE	INTERNET myCANAL
DIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE, TABLETTE, PC/MAC, TV Connectée myCANAL	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK piwiofficielgroupecanal/ mycanal INSTAGRAM mycanalkids/	DAILYMOTION piwiplus
REGIE PUBLICITAIRE	CANAL+ BRAND SOLUTIONS	Francine MAYER francine.mayer@canal-plus.com

PLANÈTE+

1, place du spectacle
92 823 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél : 01 71 35 35 35
www.mycanal.fr
<https://www.canalplus.com/chaines/les-chaines-planete>



Société éditrice : CANAL+ Thématiques
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/08/1988
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 22 557 312 €

THEMATIQUE	Documentaire	
PUBLIC VISE	Tout public	
ACTIONNAIRE	CANAL+ Thématiques	100 %
ORGANIGRAMME	Président du Directoire du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint du Groupe CANAL+, en charge de la France Directeur général des antennes et des programmes du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint antenne et programmes payants Directrice des chaînes Découverte et des Documentaires Responsable éditorial Directeur des antennes chaînes Découverte Directrice des acquisitions Directrice de la communication et de la marque Groupe CANAL+ Chargée de communication chaînes Découverte	Maxime SAADA Frank CADORET Gérald-Brice VIRET Jean-Marc JURAMIE Christine CAUQUELIN Olivier AGOGUE Bruno TALLUT Isabelle ANTRAYGUE Emilie PIETRINI Guillemette BERARD
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION		
RESEAU	ADSL/Fibre, Câble, Satellite, OTT	
DISTRIBUTION	CANAL+, Orange, SFR, Free, Bouygues Telecom	
OFFRES	Pack Famille+, INTEGRALE+, Panorama, TV by CANAL, Famille by CANAL	
DIFFUSION DANS LES DROM/POM/COM/TOM Via CANAL+ International	Caraïbes, Réunion, Mayotte, Nouvelle-Calédonie Polynésie	Canal Vini
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse (via CANAL+ Suisse) Monaco (via CANAL+ France) Afrique (via CANAL+ International)	Voo Be TV, SFR Belgique, Telesat Canal Suisse, UPC Cablecom, Net+, SWISSCOM Monaco Telecom Canal Afrique, Maurice & Madagascar
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR myCANAL	INTERNET myCANAL
DIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE, TABLETTE, PC/MAC, TV Connectée myCANAL	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK planetepiusfrance mycanal	TWITTER @PlanetePlus @myCANAL
REGIE PUBLICITAIRE	CANAL+ BRAND SOLUTIONS	Francine MAYER Francine.mayer@canal-plus.com

PLANÈTE+
Aventure &
Expérience

1, place du spectacle
92 823 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél : 01 71 35 35 35
www.mycanal.fr

Société éditrice : CANAL+ Thématiques
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/11/2004
Lancement de la chaîne : 01/11/2004

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 22 557 312 €

THEMATIQUE	Documentaire	
PUBLIC VISE	Tout public	
ACTIONNAIRE	CANAL+ Thématiques	100 %
ORGANIGRAMME	Président du Directoire du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint du Groupe CANAL+, en charge de la France Directeur général des antennes et des programmes du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint antenne et programmes payants Directrice des chaînes Découverte et des documentaires Responsable éditorial Directeur des antennes chaînes Découverte Directrice des acquisitions Directrice de la communication et de la marque Groupe CANAL+ Chargée de communication chaînes Découverte	Maxime SAADA Frank CADORET Gérald-Brice VIRET Jean-Marc JURAMIE Christine CAUQUELIN Benoît ILLES Bruno TALLUT Isabelle ANTRAYGUE Emilie PIETRINI Guillemette BERARD
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION		
RESEAU	ADSL/Fibre, Câble, Satellite, OTT	
DISTRIBUTION	CANAL+, Orange, SFR, Free, Bouygues Telecom	
OFFRES	Pack Famille+, INTEGRALE+, Panorama, TV by CANAL, Famille by CANAL	
DIFFUSION DANS LES DROM/POM/COM/TOM Via CANAL+ International	Caraïbes, Réunion, Mayotte, Nouvelle-Calédonie Polynésie	Canal Vini
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse (via CANAL+ Suisse) Monaco (via CANAL+ France) Afrique (via CANAL+ International)	Voo, Be TV, SFR Belgique Canal Suisse, UPC Cablecom, Swisscom, Net+ Monaco Telecom Canal Afrique, Maurice & Madagascar
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR CANAL+ A LA DEMANDE	INTERNET myCANAL
DIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE, TABLETTE, PC/MAC, TV Connectée myCANAL	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK planetepusaventureetexperience mycanal	TWITTER @PlanetePlusAetE @myCANAL
REGIE PUBLICITAIRE	CANAL+ BRAND SOLUTIONS	Francine MAYER Francine.mayer@canal-plus.com

PLANÈTE+
Crime
Investigation

1, place du spectacle
 92 823 Issy-les-Moulineaux cedex 9
 Tél : 01 71 35 35 35
www.mycanal.fr

Société éditrice : CANAL+ Thématiques

Convention CSA : oui

Création de la chaîne : 01/10/2007

Lancement de la chaîne : 01/10/2007

Forme juridique : S.A.S.

Capital : 22 557 312 €

THEMATIQUE Documentaire

PUBLIC VISE Tout public

ACTIONNAIRE CANAL+ Thématiques 100 %

ORGANIGRAMME

Président du Directoire du Groupe CANAL+	Maxime SAADA
Directeur général adjoint du Groupe CANAL+, en charge de la France	Frank CADORET
Directeur général des antennes et des programmes du Groupe CANAL+	Gérald-Brice VIRET
Directeur général adjoint antenne et programmes payants	Jean-Marc JURAMIE
Directrice des chaînes Découverte et des documentaires	Christine CAUQUELIN
Responsable éditorial	Natacha STOJANOVIC
Directeur des antennes Chaînes Découverte	Bruno TALLUT
Directrice des acquisitions	Isabelle ANTRAYGUE
Directrice de la communication et de la marque Groupe CANAL+	Emilie PIETRINI
Chargée de communication chaînes Découverte	Guillemette BERARD

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU **ADSL/Fibre, Câble, Satellite, OTT**

DISTRIBUTION CANAL+, Orange, SFR, Free, Bouygues Telecom

OFFRES Pack Famille+, INTEGRALE+, Panorama, TV by CANAL, Famille by CANAL

DIFFUSION DANS LES DROM/POM/COM/TOM Caraïbes, Réunion, Mayotte, Nouvelle-Calédonie Canal
 Via CANAL+ International

DIFFUSION HORS DE FRANCE Suisse (via CANAL+ Suisse) Canal, UPC Cablecom, Swisscom, Net+
 Belgique Voo BeTV
 Afrique (via CANAL+ International) Canal Afrique, Maurice & Madagascar

SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE **TELEVISEUR** CANAL+ A LA DEMANDE **INTERNET** myCANAL

DIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR : **MOBILE, TABLETTE, PC/MAC, TV Connectée** myCANAL

RESEAUX SOCIAUX **FACEBOOK** planetepuscrimeinvestigation **TWITTER** @PlanetePlusCI
mycanal @myCANAL

REGIE PUBLICITAIRE CANAL+ BRAND SOLUTIONS Francine Mayer
 Francine.mayer@canal-plus.com

POLAR+

1, place du Spectacle
92823 Issy-les-Moulineaux cedex 9
www.mycanal.fr



Société éditrice : CANAL+ Thématiques
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : septembre 2017
Lancement de la chaîne : 26 septembre 2017

Forme juridique : SAS
Capital : 22 557 312 €

THEMATIQUE	Enquêtes policières	
PROGRAMMES PHARES	<i>Shetland ; Scott and Bailey ; Rebecka Martinsson ; Bordertown ; Hinterland ; The Twelve ; L'aliéniste ; Hidden ; Il cacciatore ; Les rivières pourpres...</i>	
ACTIONNAIRE(S)	Groupe CANAL+	100 %
ORGANIGRAMME	Président du Directoire du Groupe CANAL+ Directeur Général Adjoint du Groupe CANAL+, en charge de la France Directeur Général des Antennes et des Programmes du Groupe CANAL+ Directeur Général Adjoint Antenne et Programmes payants Responsable Editoriale POLAR+ Directrice de la communication et de la marque	Maxime SAADA Frank CADORET Gérald-Brice VIRET Jean-Marc JURAMIE Louisa BOUGHIAS Emilie PIETRINI
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION		
RESEAU	ADSL/Fibre, Câble, Satellite, OTT	
DISTRIBUTION	CANAL+, Orange, SFR, Free, Bouygues Telecom	
OFFRES	Pack Famille+, INTEGRALE+, Panorama, TV by CANAL, Famille by CANAL	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM Via CANAL+ International	NON	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	NON	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR CANAL+ A LA DEMANDE	INTERNET myCANAL
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE, TABLETTE, PC/MAC, TV Connectée myCANAL	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK https://www.facebook.com/polarpluslachaine/ https://www.facebook.com/mycanal	TWITTER NON @myCANAL
REGIE PUBLICITAIRE	CANAL+ BRAND SOLUTIONS	Francine MAYER (Présidente) Francine.mayer@canal-plus.com

PUBLIC SÉNAT

92, boulevard Raspail
75 006 Paris
Tél/Fax : 01 42 34 44 00 / 44 85
www.publicsenat.fr



Société éditrice : Public Sénat
Convention CSA : non
Création de la chaîne : 30/12/1999
Lancement de la chaîne : 25/04/2000

Forme juridique : S.A.
Capital : 120 000 €
Effectif : 73

THEMATIQUE	Information parlementaire et politique	
PUBLIC VISE Sénat 360	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	<i>On va plus loin ; Sénat 360 ; Territoires d'infos ; Le Journal des Territoires ; Territoire Sénat ; Livres et vous ; Hashtag ; Audition Publique ; Le Magazine de l'emploi ; Ma voix compte ; Terra Terre ; Europe Hebdo ; Parlement Hebdo ; Questions aux sénateurs.</i>	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019	2060 heures
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Part de programmes inédits Documentaires et magazines Information	47 % 45 % 50 %
ACTIONNAIRE(S)	Sénat	100 %
ORGANIGRAMME	Président-Directeur Général Secrétaire générale, en charge de la transformation numérique Directeur des rédactions Directeur de l'antenne et des programmes Directrice de l'information parlementaire et des moyens de tournage Directrice de la communication et des partenariats Directeur de la production et des services supports	Emmanuel KESSLER Muriel SIGNOURET Albert RIPAMONTI Jean-Philippe LEFEVRE Perrine TARNEAUD Virginie DUVAL Cédric LAVEAU
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT, les box, le câble, le satellite, le web, les tablettes et les mobiles.	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Tous	Tous
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Via publicsenat.fr	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Molotov	TABLETTE Molotov
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR Retour au début Box Orange, SFR	INTERNET publicsenat.fr Dailymotion YouTube
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK, TWITTER, YOUTUBE publicsenat	DAILYMOTION, INSTAGRAM, LINKEDIN publicsenat

RFM TV89, avenue Charles de Gaulle
92 575 Neuilly-sur-Seine**Société éditrice :** Jeunesse Thématiques**Convention CSA :** oui**Création de la chaîne :** 02/10/2014**Forme juridique :** S.A.S**Capital :** 34 880 409 €

THEMATIQUE	Musicale		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMES PHARES	<i>RFM Night Fever ; Hit RFM ; RFM Party 90 ; RFM Music Show.</i>		
PROGRAMMATION			
Part des différents genres de programmes	Vidéoclips	95 %	
	Emissions	5 %	
ACTIONNAIRE(S)	Groupe M6	100 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	10 %	
	Autres ressources	90 %	
ORGANIGRAMME	Directeur général des chaînes thématiques	Philippe BONY	
	Directeur délégué adjoint	Julien FIGUE	
	Directeur commercial et développement	Jean-René AUCOUTURIER	
	Directrice des programmes	Patricia FONTENAS	
	Directrice de la communication	Samira CHAHBOUNE	
	Directrice de la production	Magali TORRICE-VINCON	
	Directrice des affaires réglementaires et des relations institutionnelles	Cécile DURAND-GIRARD	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal+	OUI	NON
	Orange	NON	OUI
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	Offres Canal+ DSL	OUI	NON
	Orange	NON	OUI
	Bouygues Telecom	OUI	NON
	Free	NON	OUI
	SFR	OUI	NON
Mobile / 3G	Orange, Bouygues Telecom, CanalSat Mobile	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Réunion, Nouvelle-Calédonie, Madagascar	CanalSat, Numericable, Canal+ Telecom	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Angola, Australie, Belgique, Estonie, Hongrie, Lettonie, Liban, Lituanie, Luxembourg, Madagascar, Malte, Maroc, Maurice, Moldavie, Monaco, Mozambique, Pays-Bas, Pologne, Portugal, Slovaquie, Suisse, Turquie, Vanuatu		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUSEUR	INTERNET	
	NON	NON	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE	TABLETTE	
	NON	NON	
REGIE PUBLICITAIRE	M6 PUBLICITE	Sophie RIVIERE Sophie.RIVIERE@gulli.fr	

RMC DÉCOUVERTE

2, rue du Général Alain de Boissieu
Bât Est
75 015 Paris
Tél/Fax : 01 87 25 50 00
www.rmcdcouverte.bfmtv.com



Société éditrice : RMC Découverte
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 2012
Lancement de la chaîne : 12/12/2012

Forme juridique : S.A.S.U.
Capital : 1 000 €
Effectif : 25

THEMATIQUE	Documentaire	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES 2019	<p>Productions propres : <i>Top Gear France ; Retour à l'instinct primaire ; Vintage Mecanic ; Constructions sauvages ; Wheeler Dealers France ; Seuls face au Montana ; Les secrets du Château de Chambord ; Canal du midi : Un patrimoine révélé ; Tour Eiffel : La grande épopée ; Le Bourget : un siècle d'aviation.</i></p> <p>Magazine d'information : <i>Bourdin Direct.</i></p>	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019	260 heures
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	70%
Part des différents genres de programmes (hors pub)	Documentaires et magazines	90 %
	Information	8 %
	Jeux et divertissements	1 %
	Autres	1 %
ACTIONNAIRE(S)	NextRadioTV	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	100 %
ORGANIGRAMME	Président	Alain WEILL
	Directrice générale	Guenaëlle TROLY
	Programmation	Samantha SCHMITT
	Production	Stéphane SALLE DE CHOU
	Achats	Corentin GLUTRON
	Communication et marketing	Cindy DE OLIVEIRA
	Responsable du développement	Bruno DA COSTA OLIVEIRA
	Directeur artistique	Xavier VOLOTER
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL, PC, mobile et tablette	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	En IPTV	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE RMC Découverte	TABLETTE RMC Découverte
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Orange, SFR, Bouygues	INTERNET www.rmcdcouverte.bfmtv.com
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK RMC Découverte	TWITTER @rmcdcouverte
REGIE PUBLICITAIRE	NEXT MEDIA SOLUTIONS	Pierre-Henry MEDAN rmcregie@rmcregie.fr

RMC SPORT 1

2, rue du Général Alain de Boissieu
75 015 Paris
Tél/Fax : 01 87 25 50 00



Société éditrice : SPORTSCOTV
Convention CSA : oui

Forme juridique : SASU
Capital : 1 000 €

THEMATIQUE	Sport		
PUBLIC VISE	Grand public		
PRODUCTION	Volume total de programmes live produits pour le bouquet RMC Sport :		Plus de 3 600 heures
PROGRAMMATION	100 % SPORTS		
PROGRAMMES PHARES	<p>Emissions : <i>PL Live ; PL Zone ; PLWorld ; RMC Sport Zone ; Champions Zone ; RMC Europa Club ; Europa Mag ; Champions Weekly ; Transversales ; Le Vestiaire ; Footissime ; Comme Jamais, etc.</i></p> <p>Droits et événements sportifs : football (UEFA Champions League, UEFA Europa League, Premier League, Liga Portugaise, Copa Libertadores) ; athlétisme (Diamond League, Meetings français) ; Boxe (Championnats du monde, WSB) ; Rugby (Premiership Rugby) ; Basket (EuroLeague / All Star Game).</p>		
ACTIONNAIRE(S)	NextRadioTV	100 %	
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Altice France Directeur général Altice Média Directeur général délégué Altice Média (Info et Sport) Directeur général Directeur des rédactions Directeur de production Directeur de la communication	Alain WEILL Damien BERNET Hervé BEROUD Laurent EICHINGER Laurent SALVAUDON Luc PANNIER Julien RIPPERT	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal+	NON	OUI
Câble	SFR - Numericable	NON	OUI
ADSL	SFR	NON	OUI
Mobile / 3G	SFR	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM TOM	Guadeloupe, Martinique, Guyane Saint-Barthélemy, Saint-Martin Réunion Nouvelle Calédonie, Wallis et Futuna Tahiti	SFR, Canal+ Antilles Canal+ Antilles SFR, Canal+ Réunion Canal+ Calédonie Vini	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Luxembourg Suisse Ile Maurice	Post Luxembourg Net+ ; version Access: Swisscom-Teleclub, UPC, Sunrise-Teleclub Mauritius Telecom-my.t, version Access : Parabole Maurice	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR SFR et Canal	INTERNET Application RMC SPORT	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE RMC SPORT	TABLETTE RMC SPORT	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK RMC Sport	TWITTER @RMCsport	
REGIE PUBLICITAIRE	NEXT MEDIA SOLUTIONS	contactregie@nextregie.fr 01 87 25 50 01	

RMC SPORT 2

2, rue du Général Alain de Boissieu
75 015 Paris
Tél/Fax : 01 87 25 50 00



Société éditrice : MCS
Convention CSA : oui

Forme juridique : SAS
Capital : 31 300 €

THEMATIQUE	Sport		
PRODUCTION	Volume total de programmes live produits pour le bouquet RMC Sport :		Plus de 3 600 heures
PROGRAMMATION	100% SPORTS		
PROGRAMMES PHARES	<p>Emissions : <i>Buzzer</i> (basket) ; <i>Meeting Privé</i> (athlétisme) ; <i>Entre les potos</i> (rugby) ; <i>Meeting Privé</i> (athlétisme) ; <i>13^{ème} Round</i> (boxe).</p> <p>Droits et événements sportifs : football (UEFA Champions League, UEFA Europa League, Liga portugaise), Rugby (Premiership Rugby, Test matchs de l'équipe d'Angleterre), Basket (Jeep® ÉLITE, Leaders Cup, All Star Game), EuroLeague, EuroCup, matchs internationaux équipes de France féminine et masculine, NCAA, Athlétisme (Diamond League, Meetings français).</p>		
ACTIONNAIRE(S)	SPORTSCOTV	100 %	
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Altice France Directeur général Altice Média Directeur général délégué Altice Média (Info et Sport) Directeur général Directeur des rédactions Directeur de production Directeur de la communication	Alain WEILL Damien BERNET Hervé BEROUD Laurent EICHINGER Laurent SALVAUDON Luc PANNIER Julien RIPPERT	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	NON	OUI
Câble	SFR - Numericable	NON	OUI
ADSL	SFR	NON	OUI
Mobile/3G	SFR	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM TOM	Guadeloupe, Martinique, Guyane Saint-Barthélemy, Saint-Martin Réunion Nouvelle Calédonie, Wallis et Futuna Tahiti	SFR, Canal+ Antilles Canal+ Antilles SFR, Canal+ Réunion Canal+ Calédonie Vini	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Luxembourg Suisse Ile Maurice	Post Luxembourg, version Access : SFR Net+ ; version Access : Swisscom-Teleclub, UPC, Sunrise-Teleclub Mauritius Telecom-my.t, version Access : Parabole Maurice	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR SFR et Canal	INTERNET Application RMC SPORT	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE RMC SPORT	TABLETTE RMC SPORT	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK RMC Sport	TWITTER @RMCsport	
REGIE PUBLICITAIRE	NEXT MEDIA SOLUTIONS	contactregie@nextregie.fr 01 87 25 50 01	

RMC SPORT 3

2, rue du Général Alain de Boissieu
75 015 Paris
Tél/Fax : 01 87 25 50 00



Société éditrice : Sportscotv
Convention CSA : oui

Forme juridique : SASU
Capital : 1 000 €

THEMATIQUE	Sport		
PRODUCTION	Volume total de programmes live produits pour le bouquet RMC Sport :		Plus de 3 600 heures
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Sport	100 %	
PROGRAMMES PHARES	<p>Emissions : <i>Horse Series ; Equestrian World ; Le concours du dimanche soir.</i></p> <p>Droits et événements sportifs : Football (Liga Portugaise, Premier League, UEFA Champions League, UEFA Europa League), Equitation (Coupe du monde FEI, Coupe des Nations FEI), Sports Extrêmes (X Games, Cliffdiving, Red Bull Air race), Rugby (Premiership Rugby, Test Match de l'équipe d'Angleterre), NCAA, Football Américain Universitaire, Basket Universitaire.</p>		
ACTIONNAIRE(S)	NEXTRADIOTV	100 %	
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Altice France Directeur général Altice Média Directeur général délégué Altice Média (Info et Sport) Directeur général Directeur des rédactions Directeur de production Directeur de la communication	Alain WEILL Damien BERNET Hervé BEROUD Laurent EICHINGER Laurent SALVAUDON Luc PANNIER Julien RIPPERT	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	NON	OUI
Câble	SFR - Numericable	NON	OUI
ADSL	SFR	NON	OUI
Mobile/3G	SFR	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM TOM	Guadeloupe, Martinique, Guyane Saint-Barthélemy, Saint-Martin Réunion	SFR, Canal+ Antilles Canal+ Antilles SFR, Canal+ Réunion	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Luxembourg Suisse Ile Maurice	Post Luxembourg Net+ ; version Access : Swisscom-Teleclub, UPC, Sunrise-Teleclub Mauritius Telecom-my.t, version Access : Parabole Maurice	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR SFR et Canal	INTERNET Application RMC SPORT	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE RMC SPORT	TABLETTE RMC SPORT	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK RMC Sport	TWITTER @RMCsport	
REGIE PUBLICITAIRE	NEXT MEDIA SOLUTIONS	Pierre-Henry MEDAN contactregie@nextregie.fr 01 87 25 50 01	

RMC SPORT NEWS

2, rue du Général Alain de Boissieu
75 015 Paris
Tél/Fax : 01 87 25 50 00



Société éditrice : RMC Sport News
Convention CSA : oui

Forme juridique : SASU
Capital : 1 000 €

THEMATIQUE	Chaîne d'information sportive		
PUBLIC VISE	Grand public		
PRODUCTION	Volume de live par jour	8 heures de 16 heures à 24 heures la semaine Et plus de 7 heures par jour le weekend	
PROGRAMMES PHARES	<i>Super Moscato Show ; Team Duga ; Rothen Régale ; Entre les Potos ; After Foot ; RMC Football Show ; Les Grandes gueules du sport ; Les courses ; RMC Sport Show.</i>		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Information sportive	100 %	
ACTIONNAIRE(S)	NEXTRADIOTV	100 %	
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Altice France Directeur général Altice Média Directeur général délégué Altice Média (Info et Sport) Directeur général Directeur des rédactions Directeur de la production Directeur de la communication	Alain WEILL Damien BERNET Hervé BEROUD Laurent EICHINGER Rodolphe MASSE Luc PANNIER Julien RIPPET	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CANAL	NON	OUI
Câble	SFR - Numericable	NON	OUI
ADSL	SFR	NON	OUI
Mobile/3G	SFR	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM TOM	Guadeloupe, Martinique, Guyane Saint-Barthélemy, Saint-Martin Réunion	SFR, Canal+ Antilles Canal+ Antilles SFR, Canal+ Réunion	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Luxembourg Suisse Ile Maurice	SFR Net +; version Access : Swisscom-Teleclub, UPC, Sunrise-Teleclub Mauritius Telecom-my.t	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR SFR et Canal	INTERNET Application RMC SPORT	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE RMC SPORT	TABLETTE RMC SPORT	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK RMC Sport	TWITTER @RMCsport	
REGIE PUBLICITAIRE	NEXT MEDIA SOLUTIONS	contactregie@nextregie.fr 01 87 25 50 01	

RMC STORY

2, rue du Général Alain de Boissieu
75 015 Paris
Tél/Fax : 01 87 25 85 00
www.mcstory.bfmtv.com



Société éditrice : Diversité TV France
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 16/04/2012
Lancement de la chaîne : 12/12/2012

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 13 841 €
Effectif : 25

THEMATIQUE	Généraliste, traitant, à travers les histoires vraies, de toutes les diversités du monde.	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019	95 h
PROGRAMMES PHARES	<p>Productions propres : <i>Dans Quelle France on vit ; Escape 21 jours pour disparaître ; Engagez-vous ; Enquête prioritaire ; Indices ; Non élucidé ; LGBT : une histoire de combats.</i></p> <p>Magazines d'information : <i>Les Grandes gueules ; Good Morning Business.</i></p> <p>Sport : UEFA Europa League ; Tennis et Basket-ball féminin</p> <p>Séries inédites : <i>In the Dark ; Le prix du silence.</i></p>	
PROGRAMMATION	Fiction et cinéma	35 %
Part des différents genres de programmes	Documentaires et magazines	54 %
	Jeux et divertissements	1 %
	Info	9 %
	Sport	1 %
ACTIONNAIRE(S)	NEXTRADIOTV	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	100 %
ORGANIGRAMME	Président	Alain WEILL
	Directrice générale	Guenaëlle TROLY
	Programmation	Samantha SCHMITT
	Production	Stéphane SALLE DE CHOU
	Achats	Corentin GLUTRON
	Communication et marketing	Cindy DE OLIVEIRA
	Responsable du développement	Bruno DA COSTA OLIVEIRA
	Directeur artistique	Xavier VOLOTER
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL, PC, mobile et tablette	
DIFFUSION DANS LES DOM TOM	DROM-COM-POM	FAI et Dailymotion
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Andorre, Monaco	FAI et Dailymotion
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR SFR, Bouygues, Orange	INTERNET www.mcstory.bfmtv.com
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK RMC Sport	TWITTER @RMCsport
REGIE PUBLICITAIRE	NEXT REGIE	Pierre-Henry MEDAN rmcregie@rmcregie.fr

RTL9

43, Boulevard Pierre Frieden
L-1543 Luxembourg
www.rtl9.com

Société éditrice : RTL 9 S.A. et Cie SECS**Concession luxembourgeoise** : Oui**Création de la chaîne** : 23/01/1995**Lancement de la chaîne** : 23/01/1995**Forme juridique** : Société en commandite simple, de droit luxembourgeois**Capital** : 2 884 860,00 €**Effectif** : NC**THEMATIQUE** Généraliste**PUBLIC VISE** 15-49 ans**PROGRAMMES PHARES** *Top Models ; Stargate SG1 ; Assassin's Creed ; Pulp Fiction ; 10 Cloverfield Lane ; Contrebande.*

PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	10 %
Part des différents genres de programmes	Fiction	45 %
	Cinéma	50 %
	Documentaires et magazines	5 %

ACTIONNAIRE(S)	AB Entertainment	99,9 %
	RTL9 S.A.	0,1 %

ORGANIGRAMME	Membres du conseil d'administration de RTL9 SA, gérante de RTLP SA et CIE	Pierre-Antoine CAPTON, Richard MAROKO et Guillaume IZABEL
	Directeur de l'antenne	Laurent ALTIDE
	Directeur digital et distribution des chaînes	Vincent GRYNBAUM
	Directeur de la programmation et de l'antenne des chaînes Divertissement	Jean CHENNETIER
	Directrice marketing et communication	Cécile BRINO
	Responsable éditoriale	Anaïs MAYENSON
	Attachée de presse	Monique DIOUF

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	NON	OUI - Les Chaînes Family
	BIS TV	NON	OUI - Panorama
	Orange	NON	OUI - Famille / Famille By Canal / Intense
ADSL	Free, Bouygues	OUI	NON
	SFR	OUI (Starter)	NON
	Orange	NON	OUI - Famille By Canal / Famille / Intense

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON
--	----------------------	------------------------

SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVEUR OUI	INTERNET OUI
--	------------------------	------------------------

RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK @LaChaîneRTL9	TWITTER @LaChaîneRTL9
	YOUTUBE RTL9	

REGIE PUBLICITAIRE CANAL+ BRADN SOLUTIONS

SCIENCE & VIE TV

132, avenue du président Wilson
BP 95
93 213 La Plaine Saint-Denis cedex
Tél/Fax : 01 49 22 20 01 / 22 35

Société éditrice : AB Thématiques
Création de la chaîne : Mars 2015
Lancement de la chaîne : Mars 2015

Convention CSA : oui
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 11 327 890,17 €

THEMATIQUE	Documentaire		
PUBLIC VISE	35-59/60 et +		
PROGRAMMES PHARES	<i>Le Mag de la Science ; La Fête de la science.</i> Productions originales : <i>Man 2.0, Mégastadium, Objectif Lune, Alerte glaciers, L'homme aux chevets des coraux.</i> Case Mégastructures : <i>Titans des mers.</i> Case Espace : <i>Les mystères de l'univers</i> Case Cataclysmes : <i>Nature meurtrière</i> Case Explorations Scientifiques : <i>Au cœur de la Terre</i>		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires et magazines		100 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.S.		100 %
ORGANIGRAMME	Représentant permanent d'AB THÉMATIQUES Directeur digital et distribution des chaînes Directrice marketing et communication Directrice de l'antenne et de la programmation des chaînes Découverte et Sport Responsable éditoriale Attachée de presse	Richard MAROKO Vincent GRYNBAUM Cécile BRINO Marie DE MAUBLANC Isabelle GRILLOT Katia DEPARIS	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	NON	OUI - Les Chaînes Family / TV By Canal
	BIS TV	NON	OUI - Panorama
	Orange	NON	OUI - Famille / Famille By Canal / Intense
ADSL	Free	NON	OUI - TV By Canal / Pack BIS Premium / Pack BIS Ultimatum / Pack BIS Panorama / À la carte
	SFR	NON	OUI - Pass Premium / Pass Découverte / Power / Power+
	Bouygues Orange	NON NON	OUI - Grand Angle OUI - Famille By Canal / Famille / Intense
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR OUI	INTERNET OUI	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK @ScienceetVieTV INSTAGRAM @scienceetvietv	TWITTER @ScienceetvieTV YOUTUBE Science & Vie TV	
REGIE PUBLICITAIRE	RÉGIS, publicité et opérations spéciales 132, avenue du président Wilson BP 95 - 93 213 La Plaine Saint-Denis cedex	David BYWALSKI david.bywalski@mediawan.com 01 49 17 24 19	

SEASONS

1, place du spectacle
92 823 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél : 01 71 35 35 35
www.mycanal.fr

Société éditrice : CANAL+ Thématiques

Convention CSA : oui

Création de la chaîne : 01/11/1 996

Forme juridique : S.A.S.

Capital : 22 557 312 €

THEMATIQUE	Documentaire	
PUBLIC VISE	Tout public	
ACTIONNAIRE de CANAL+ Thématiques	Groupe CANAL+	100 %
ORGANIGRAMME	Président du Directoire du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint du Groupe CANAL+, en charge de la France Directeur général des antennes et des programmes du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint antenne et programmes payants Directrice des chaînes Découverte et des documentaires Directeur des programmes Directeur des antennes chaînes Découverte Directrice des acquisitions Directrice de la communication et de la marque Groupe CANAL+ Chargée de communication chaînes Découverte	Maxime SAADA Frank CADORET Gérald-Brice VIRET Jean-Marc JURAMIE Christine CAUQUELIN Rémi CASTAING Bruno TALLUT Isabelle ANTRAYGUE Emilie PIETRINI Guillemette BERARD
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION		
RESEAU	ADSL/Fibre, Câble, Satellite, OTT	
DISTRIBUTION	CANAL+, Orange, SFR, Free, Bouygues Telecom	
OFFRES	INTEGRALE+, option Crescendo, option Nature	
DIFFUSION DANS LES DROM/POM/COM/TOM	Caraiques, Nouvelle-Calédonie, Réunion, Mayotte	Via CANAL+ International
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Monaco (via CANAL+ France) Suisse (via CANAL+ Suisse) Afrique (via CANAL+ International) Canada francophone	Voo Be TV Monaco Telecom Canal, UPC Cablecom, Swisscom, Net+ Canal Afrique, Maurice & Madagascar Thema
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUR CANAL+ A LA DEMANDE	INTERNET myCANAL
DIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE, TABLETTE, PC/MAC, TV Connectée myCANAL	
RESEAUX SOCIAUX :	FACEBOOK seasonstv	TWITTER @SeasonsTV
REGIE PUBLICITAIRE	SEASONS	Thierry DESJARDIN tdesjardin@jedicom.fr

SÉRIE CLUB

89, avenue Charles de Gaulle
92 575 Neuilly-sur-Seine cedex
Tél : 01 41 92 66 66
www.serieclub.fr



Société éditrice : Extension TV
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 08/03/1993
Lancement de la chaîne : 08/03/1993

Forme juridique : S.A.
Capital : 50 000 €
Effectif : 14

THEMATIQUE	Fiction		
PUBLIC VISE	25-50 ans mixte		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Fiction		100 %
PROGRAMMES PHARES	<i>Les Emmy Awards ; Marvel : les agents du SHIELD ; Supergirl ; Supernatural ; Suits avocats sur mesure ; Blue Bloods ; Private Eyes ; Magnus ; Elementary ; Humans ; American Horror Storyn, Les Simpson...</i>		
ACTIONNAIRE(S)	Groupe M6 Groupe TF1		50 % 50 %
ORGANIGRAMME	Directeur général Responsable de la communication Chargée de communication		Laurent de LORME Sophie MICHARD Florence SOMMIER
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	CanalSat DSL	OUI	NON
Mobile / 3G	CanalSat	NON	NON
DIFFUSION DANS LES DOM-TOM	OUI		Numericable
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Afrique Subsaharienne Monaco, Andorre		CanalOverseas
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR CanalSat et Numericable		
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK Serieclub	TWITTER @serieclub	
REGIE PUBLICITAIRE	M6 PUBLICITE		Gilles BARTHELEMY gbarthelemy@m6.fr 01 41 92 66 66



Sci Fi Channel Europe LLC
Central Saint Giles
1 St Giles High St.
London WC2H 8NU
Royaume-Uni
www.syfy.fr



Société éditrice : SCI FI Channel Europe
Convention CSA : non

Forme juridique : L.L.C.
Lancement de la chaîne : 02/12/2005

THEMATIQUE	Fiction		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMES PHARES	La chaîne de la science-fiction avec les séries : <i>Krypton, Legacies, Marvel's Runaways, The 100, Doom Patrol, The Magicians, Killjoys, The Outpost...</i>		
ACTIONNAIRE(S)	NBCUniversal	100 %	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
XDSL / FTTX / Cable / Satellite	SFR	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Caraïbes, Réunion, Mayotte, Nouvelle-Calédonie, Polynésie		Les offres Canal+, SFR
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Luxembourg Monaco Afrique		VOO, Proximus, SFR, Orange UPC, Net+, Teleclub Tango Monaco Telecom Les bouquets Canal+
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR SFR		INTERNET tv.sfr.fr
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE SFR TV		TABLETTE SFR TV
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK SYFYFrance TWITTER @SYFYFr		INSTAGRAM @syfyfr YOUTUBE SYFY France
REGIE PUBLICITAIRE	FRANCE TELEVISIONS PUBLICITE		Nathalie DINIS CLEMENCEAU nathalie.clemenceau@francetvpub.fr 01 56 22 63 45

Société éditrice : Turner Broadcasting System Europe Ltd.

Convention CSA : non

Lancement de la chaîne : 11/02/2016

Forme juridique : S.A.S

THEMATIQUE	Chaîne cinéma		
PUBLIC VISE	25-49		
PROGRAMMES PHARES	TCM Cinéma est la chaîne du cinéma américain. Elle diffuse plus de 600 films par an, de tous les genres, de toutes les époques et issus de tous les studios. La chaîne développe une stratégie de production originale avec la réalisation de documentaires primés dans les festivals.		
ACTIONNAIRE(S)	Turner Broadcasting System Europe	100 %	
ORGANIGRAMME	SVP Europe du Sud et Afrique Directeur des chaînes Kids et General Entertainment France & Afrique Directeur des programmes et acquisitions Directeur Marketing, RP & Digital Vice-Président Commercial & Business Développement territoires francophones, Afrique et Israël Responsable presse Directrice de la publicité	Jaime ONDARZA Julien BORDE Stéphane PASQUIER-MIYAZAKI Adrien FALLU Guillaume COFFIN Elise GROOThAERDT Véronique DUPONT-MOREAU	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	Séries cinéma	
	Orange		Cinéma - anglophone
Câble	SFR	NON	2 ^{ème} niveau
	Monaco Telecom		Basique
ADSL	Bouygues	NON	Famille - Divertissement - Cinéma
	Free	NON	A la carte - Cinéma
	Orange	NON	Cinéma - anglophone
	Molotov	NON	Basique étendu
	SFR	NON	2 ^{ème} niveau
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Guadeloupe, Martinique Nouvelle-Calédonie Réunion		Canal, SFR, Molotov Can'l SFR Réunion, Zeop
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Luxembourg Madagascar Maroc Telecom Maurice Seychelles Gabon Rwanda, Burundi, DRC, Guinée, Côte d'Ivoire, Congo		Voo - Proximus Swisscom – Netplus – Sunrise - UPC Post Telecom Blueline Maroc Telecom Mauritius Telecom Cable & Wireless Satcon Startimes
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Canal, Numericable, Free, Orange, SFR, Bouygues	OTT Molotov	

TÉLÉTOON+

1 place du Spectacle
92 863 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél : 01 71 35 35 35
www.mycanal.fr
<https://www.canalplus.com/chaines/teletoon>

Société éditrice : CANAL+ Thématiques

Convention CSA : oui

Création de la chaîne : 24/10/1996

Forme juridique : S.A.S.

Capital : 22 557 312 €

THEMATIQUE	Jeunesse	
PUBLIC VISE	6-10 ans	
ACTIONNAIRE de Multithématiques	Groupe CANAL+	100 %
ORGANIGRAMME	Président du Directoire du Groupe CANAL+ Directeur Général Adjoint du Groupe CANAL+, en charge de la France Directeur Général des Antennes et des programmes du Groupe CANAL+ Directeur Général Adjoint Antenne et Programmes payants Directrice du pôle jeunesse Responsable Editorial des chaînes Piwi+ et Télétoon+ Responsable des acquisitions jeunesse Responsable des productions et des développements de programmes jeunesse Responsable promotion partenariats Directrice de la communication et de la marque Groupe CANAL+	Maxime SAADA Frank CADORET Gérald-Brice VIRET Jean-Marc JURAMIE Audrey BRUGERE Chrystel MUSSY-MASUCCI Géraldine SOTO Nathalie LEFFRAY Amandine HEROUT Emilie PIETRINI
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION		
RESEAU	ADSL/Fibre, Câble, Satellite, OTT	
DISTRIBUTION	CANAL+, Orange, SFR, Free, Bouygues Telecom	
OFFRES	Pack Famille+, INTEGRALE+, Panorama, TV by CANAL, Famille by CANAL	
DIFFUSION DANS LES DOM/POM/COM/TOM Via CANAL+ International	Caraïbes, Réunion, Mayotte, Nouvelle Calédonie Polynésie	Canal Vini
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse (via CANAL+ Suisse) Monaco (via CANAL+ France), Afrique (via CANAL+ International)	Voo BeTV, Telesat Canal, UPC Cablecom, Swisscom, Net+ Monaco Telecom Canal Afrique, Maurice & Madagascar
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR CANAL+ A LA DEMANDE	INTERNET myCANAL
DIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE, TABLETTE, PC/MAC, TV Connectée myCANAL	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK teletonofficiel mycanal	DAILYMOTION Teleton
REGIE PUBLICITAIRE	CANAL+ BRAND SOLUTIONS	Francine MAYER francine.mayer@canal-plus.com

TÉVA

89, avenue Charles de Gaulle
92 200 Neuilly-sur-Seine
Tél/Fax : 01 41 92 73 73 / 58 95
www.teva.fr

Société éditrice : SEDI TV
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/10/1996
Lancement de la chaîne : 01/10/1996

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 40 000 €
Effectif : 11

THEMATIQUE	Généraliste		
PUBLIC VISE	Femmes		
PROGRAMMES PHARES	<i>Sucrément bon ; Téva déco ; Magnifique by Cristina ; Happy & Zen ; The Good Wife ; Jane the Virgin ; Devious Maids ; Younger, Crazy ex Girlfriend ; The Bold Type...</i>		
ACTIONNAIRE(S)	Groupe M6	100 %	
ORGANIGRAMME	Président Directrice générale Responsable programmation et antenne Chargé de programmation Responsable communication Chargées de communication Chargée des programmes de flux Responsable auto-promo Responsable d'antenne	Philippe BONY Catherine SCHÖFER Martin TRAMONT Jérémy FAUTH Sophie MICHARD Amélie BOISSEAU, Florence SOMMIER Alexandra HEYNE Cécile DOUSSIÈRE Delphine POMMAT	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	CanalSat, SFR, Bouygues	OUI	OUI
	Free, Orange	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, Guyane Réunion Nouvelle-Calédonie Tahiti	Canal Overseas, MTVC, WSG Canal Overseas, Parabole Réunion, ZEOP Canal Overseas OPT TNS	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVEISEUR CanalSat, Numericable, Bouygues, Orange, SFR	INTERNET 6PLAY	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE 6PLAY	TABLETTE 6PLAY	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK Teva	TWITTER @tevalachaine	
REGIE PUBLICITAIRE	M6 PUBLICITE	Frédérique REFALO 01 41 92 64 28	

TF1

1, quai du Point du jour
92 656 Boulogne
Tél/Fax : 01 41 41 12 34
www.tf1.fr / www.groupe-tf1.fr



Société éditrice : TF1
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 26/04/1935
Lancement de la chaîne : 01/01/1975

Forme juridique : S.A.
Capital : 41 977 628,00 €
Effectif : 1 639

THEMATIQUE	Généraliste	
PUBLIC VISE	Familial	
PROGRAMMES PHARES	<i>Balthazar ; Le Bazar de la charité ; Mask Singer ; Demain nous appartient ; Sam ; Profilage ; Les bracelets rouges ; Clem ; Munch ; The Voice ; Koh Lanta ; Ninja warrior ; Danse avec les stars ; 50 minutes Inside ; C'est Canteloup ; Téléfoo ; Automoto...</i>	
PROGRAMMATION	Part des différents genres de programmes	
	Fiction (dont animation)	38,5 % (8,6 %)
	Cinéma	3,3 %
	Sport	1,9 %
	Documentaires et magazines	16,6 %
	Information	7,7 %
	Jeux et divertissements	10,4 %
	Autres (publicité, téléachat, BA, ...)	21,4 %
ACTIONNAIRE(S)	Bouygues	43,8 %
	Salariés TF1	7,3 %
	Flottant	48,9 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur général	Gilles PELISSON
	Directrice de l'antenne	Elisabeth DURAND
	Responsable de la programmation	Amandine GERARDIN
	Communication / Marketing	Maylis CARCABAL
	Production	Fabrice BAILLY
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL / FTTx, le web et les réseaux mobiles	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, Guyane, Réunion, Mayotte, Nouvelle-Calédonie, Polynésie Française, Tahiti	Orange, SFR-Numericable, Canal+ International, Canal+ Telecom, ZEOP, InternetNC, Parabole Réunion, Vini, Can'l
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Monaco Belgique Suisse (TF1 Suisse) Luxembourg Afrique Liban	Monaco Telecom Proximus, Telesat, Be TV, Voo, Telenet, Orange Belgique Swisscom, UPC, Citycable, Netplus, Naxoo, Sunrise CLT UFA Canal+ International, ABSat, Maroc Telecom, Orange Cote d'Ivoire, Parabole Cablevision
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISION MYTF1	INTERNET www.tf1.fr
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE TV d'Orange, MyCANAL, B.tv, SFR TV	TABLETTE TV d'Orange, MyCANAL, B.tv, SFR TV
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK, INSTAGRAM, TWITTER, GOOGLE +,	YOUTUBE, TIKTOK
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 PUBLICITE	François PELISSIER fpeliss@tf1.fr

TF1 SÉRIES FILMS

1, quai du Point du Jour
92 100 Boulogne
Tél/Fax : 01 41 41 12 34
www.hd1.tv



Société éditrice : HD1
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 03/07/2012
Lancement de la chaîne : 12/12/2012

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 40 000 €

THEMATIQUE	Fiction, cinéma, séries	
PUBLIC VISE	Familial	
PROGRAMMATION	Volume de programmes inédits	693 heures
Part des différents genres de programmes	Cinéma	4 %
	Fiction française	54 %
	Séries et téléfilms US et européens	37 %
	Documentaires et magazines	4 %
	Autres	1 %
PROGRAMMES PHARES	Fiction française : <i>Section de recherches ; Alice Nevers ; Profilage ; Joséphine Ange gardien ; Nos chers voisins.</i> Cinéma : <i>Clap</i> ; magazine consacré à l'actualité du cinéma. Séries étrangères : <i>Dr House ; Grey's Anatomy ; The Handmaid's Tale ; Urgences...</i>	
ACTIONNAIRE(S)	MONTE CARLO PARTICIPATION	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directrice générale Responsable programmation Communication	Ara APRIKIAN Laurence PERA Alix BARREAU Maylis CARCABAL
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL / FTTx, le web et les réseaux mobiles	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, Guyane, Réunion, Mayotte, Nouvelle-Calédonie	Orange, SFR-Numericable, Canal+ International, ZEOP, InternetNC, Parabole Réunion, Can'l, Canal+ Telecom
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Monaco Suisse Belgique	Monaco Telecom Swisscom, UPC, Citycable, Netplus, Naxoo, Sunrise Voo, Telenet
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE TV d'Orange, myCANAL, B.tv, SFR TV	TABLETTE TV d'Orange, myCANAL, B.tv, SFR TV
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR MYTF1	INTERNET www.mytf1.fr
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TF1SeriesFilms TWITTER @TF1SeriesFilms	INSTAGRAM @tf1seriesfilms YOUTUBE TF1 Séries Films
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 PUBLICITE	François PELISSIER (Président) Sylvia TASSAN-TOFFOLA (Dg commerciale)

TFX

1, quai du Point du jour
92 656 Boulogne
Tél/Fax : 01 41 41 12 34
www.tf1.fr/tfx



Société éditrice : NT1
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 31/03/2005
Lancement de la chaîne : 31/03/2005

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 8 297 120 €

THEMATIQUE	Généraliste	
PUBLIC VISE	Jeunes adultes	
PROGRAMMES PHARES	<p>Fiction française : <i>Lollywood ; Camping Paradis.</i> Fiction américaine : <i>Frères Scott ; 2 Broke Girls ; Riverdale ; Friends.</i> Magazines et divertissements : <i>Super Nanny ; Appels d'urgence ; Chroniques criminelles ; La bataille des couples ; La villa des cœurs brisés ; Tattoo Cover : sauveurs de tatouages.</i></p>	
PROGRAMMATION	Volume de programmes inédits	680 heures
Part des différents genres de programmes	Fiction	36,9 %
	Cinéma	4,3 %
	Documentaires et magazines	45,4 %
	Spectacle / Musique / Divertissements	2,2 %
	Sport – y compris information sportive	<1 %
	Autres	10,5 %
	Information	<1 %
ACTIONNAIRE(S)	MONTE CARLO PARTICIPATION	100 %
ORGANIGRAMME	Président	Ara APRIKIAN
	Directrice générale	Laurence PERA
	Responsable programmation	Alix BARREAU
	Communication	Maylis CARCABAL
	Directeur de la diffusion	Olivier MERCIER
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL / FTTx, le web et les réseaux mobiles	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, Guyane, Réunion, Mayotte, Nouvelle-Calédonie	Orange, SFR-Numericable, Canal+ International, ZEOP, InternetNC, Parabole Réunion, Can'l
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Monaco Suisse (NT1 Suisse) Afrique Belgique	Monaco Telecom Swisscom, UPC, Citycable, Netplus, Naxoo, Sunrise BisTV, Blueline, Orange Côte d'Ivoire, Sonatel, Canal+ Afrique, Malivision, Startimes, Mauritius Telecom, Parabole TéléSAT, Telenet
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE TV d'Orange, myCANAL, B.tv, SFR TV	TABLETTE TV d'Orange, myCANAL, B.tv, SFR TV
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR MYTF1	INTERNET www.mytf1.fr
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK, YOUTUBE TFX TWITTER @TFX	INSTAGRAM @tfxtv TIKTOK @tfxtv
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 PUBLICITE	François PELISSIER (Président) Sylvia TASSAN-TOFFOLA (DG commerciale)

TIJI

89, avenue Charles de Gaulle
92575 Neuilly-sur-Seine cedex
www.tiji.fr



Société éditrice : Jeunesse Thématiques
Création de la chaîne : 15/12/2000
Lancement de la chaîne : 15/12/2000

Convention CSA : oui
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 24 880 405 €

THEMATIQUE	Jeunesse		
PUBLIC VISE	Enfants (3-7 ans)		
PROGRAMMES PHARES	<i>Barbie ; Les Bisounours ; T'Choupi ; Oum le dauphin blanc ; Maya l'Abeille ; Arthur et les Minimoys ; Apollon et les drôles de petites bêtes ; My Little Pon ;, etc.</i>		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019	16 h	
PROGRAMMATION	Part des différents genres de programmes	Animation Jeux et divertissements	98 % 2 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe M6	100 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité Abonnements	15 % 85 %	
ORGANIGRAMME	Directeur général des chaînes thématiques Directeur délégué adjoint Directeur commercial et développement Directrice d'antenne Directrice des programmes Directrice de la communication Directrice des affaires réglementaires et des relations institutionnelles	Philippe BONY Julien FIGUE Jean-René AUCOUTURIER Caroline MESTIK Caroline ADELUS Samira CHAHBOUNE Cécile DURAND-GIRARD	
RESEaux DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
	Fransat	OUI	NON
Câble	Numericable	NON	OUI - TV La Box Family / Pass Premium
ADSL	Offres Canal+ DSL	NON	OUI
	Bouygues Telecom	OUI	NON
	Orange	OUI	NON
	Free	OUI	NON
Mobile / 3G	CanalSat Mobile	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Réunion, Calédonie, Martinique, Guadeloupe, Guyane, Mayotte	CanalSat, Numericable	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique, Bosnie Herzégovine, Croatie, Emirats Arabes Unis, Luxembourg, Monaco, Oman, Qatar, Suisse, Liban, Portugal, Madagascar, Ile Maurice, Australie, Saint-Thomas et Prince, Seychelles, Vanuatu, Slovénie, Algérie, Maroc, Tunisie et 43 pays africains		
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVEUR My Canal, Bouygues, Orange, SFR, Free pour les abonnés myCANAL	INTERNET MyCANAL.fr	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE My J, application IOS et Android Applications de myCANAL, Orange et SFR	TABLETTE My J, application IOS et Android Application de myCANAL, Orange et SFR	
RESEaux SOCIAUX	FACEBOOK chaîneTIJI	YOUTUBE TIJI	
REGIE PUBLICITAIRE	M6 PUBLICITE	Sophie RIVIERE Sophie.RIVIERE@gulli.fr	



6 bis, quai Antoine 1^{er}
98 000 Monaco
Tél/Fax : +377 93 15 14 15 / 14 36
www.tf1.fr/tmc



Société éditrice : Télé Monte Carlo
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 19/11/1954
Lancement de la chaîne : 19/11/1954

Forme juridique : S.A. de droit Monégasque
Capital : 25 166 475 €

THEMATIQUE	Généraliste	
PUBLIC VISE	25-49 ans mixtes	
PROGRAMMES PHARES	Fiction française : <i>Les Mystères de l'amour ; Section de recherches, etc.</i> Séries américaines : <i>Cold Case ; Mentalist ; Columbo...</i> Magazines et divertissements : <i>Quotidien ; Burger Quiz ; 90'Enquêtes, etc.</i>	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Part de programmes inédits Fiction Cinéma Documentaires et magazines Divertissements Autres Sport Information	889 heures 53 % 3,8 % 21 % 2,3 % 8 % 1,3 % <1 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe TF1	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	100 %
ORGANIGRAMME	Président Vice-Président Directrice générale Responsable programmation Communication Directeur de la diffusion	Gilles PELISSON Etienne FRANZI Laurence PERA Alix BARREAU Maylis CARCABAL Olivier MERCIER
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL / FTTx, le web et les réseaux mobiles	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, Guyane, Réunion, Mayotte, Nouvelle-Calédonie	Orange, SFR-Numericable, Canal+ International, ZEOP, InternetNC, Parabole Réunion, Can'l
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Monaco Suisse (TMC Suisse) Luxembourg Belgique Afrique	Monaco Telecom. Swisscom, UPC, Citycable, Netplus, Naxoo, Sunrise CLT UFA Proximus, Telesat, Be TV, Voo, Telenet, Orange Belgique BisTV, Blueline, Orange Côte d'Ivoire, Sonatel, Canal+ Afrique, Malivision, Startimes, Mauritius Telecom, Parabole
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE TV d'Orange, myCANAL, B.tv, SFR TV	TABLETTE TV d'Orange, myCANAL, B.tv, SFR TV
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR MYTF1	INTERNET www.mytf1.fr
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TMClachaine TWITTER @TMCtv TIKTOK @tmclachaine	INSTAGRAM @TMC_tv YOUTUBE TMC
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 PUBLICITE	François PELISSIER www.tf1pub.fr

TOONAMI



Société éditrice : Turner Broadcasting System Europe Ltd.

Convention CSA : non

Lancement de la chaîne : 11/02/2016

Forme juridique : S.A.S

THEMATIQUE	Chaîne des super héros, dédiée à tous les fans, petits et grands.		
PUBLIC VISE	6-12 ans, filles et garçons		
PROGRAMMES PHARES	Séries d'animation : <i>DC Comics ; Batman ; Superman ; La Ligue des Justiciers ; Green Lantern ; Teen Titans ; Marvel Spiderman et Ironman ; Yu Gi Oh ; My Hero Academia.</i>		
ACTIONNAIRE(S)	Turner Broadcasting System Europe	100 %	
ORGANIGRAMME	SVP Europe du Sud et Afrique Directeur des chaînes Kids et General Entertainment France & Afrique Directeur des programmes et acquisitions Directeur Marketing, RP & Digital Vice-Président Commercial & Business Développement territoires francophones, Afrique et Israël Responsable Presse Directrice de la publicité	Jaime ONDARZA Julien BORDE Stéphane PASQUIER-MIYAZAKI Adrien FALLU Guillaume COFFIN Elise GROOThAERDT Véronique DUPONT-MOREAU	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal Fransat	Panorama - Essentiel Famille NON	Jeunesse
Câble	SFR	NON	Power
ADSL	Canal Bouygues Free Orange Molotov SFR	My Tv by Canal (Free) - Famille by Canal (Orange) NON NON NON NON NON	Famille - Jeunesse A la carte Famille Basique étendu Power
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Guadeloupe, Martinique Nouvelle-Calédonie Réunion	SFR, Molotov Can'l Parabole, SFR Réunion, Zeop	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Luxembourg Madagascar Maurice Seychelles	Voo Swisscom Post Telecom Blueline Mauritius Telecom Cable & Wireless	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVEUSEUR Canal, Free, SFR, Bouygues	OTT Molotov	
SVOD	SFR PLAY, Orange, FREE		

TOUTE L'HISTOIRE

132, avenue du président Wilson
BP 95
93 213 La Plaine Saint-Denis cedex
Tél/Fax : 01 49 22 20 01 / 22 35
www.toutelhistoire.com

Société éditrice : AB Thématiques
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 02/04/1996
Lancement de la chaîne : 02/04/1996

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 11 327 890,17 €

THEMATIQUE	Documentaire		
PUBLIC VISE	35-59/60 et plus		
PROGRAMMES PHARES	<p>Portraits : <i>De Gaulle, l'homme à abattre ; Georing, l'homme de fer ; Camus, icône de la révolte...</i> Productions originales et co-productions : <i>Si J'avais vécu ; Eugénie, première first lady...</i> Guerres mondiales / Guerre et stratégie : <i>De Gaulle, premières batailles ; Les enfants courage ; Champs de bataille, Les tournants de la 2^e Guerre mondiale...</i> Histoire de France : <i>Si la France savait ; Versailles, les défis du roi soleil...</i></p>		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires et magazines		100 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.S.		100 %
ORGANIGRAMME	Représentant permanent d'AB THÉMATIQUES Directeur digital et distribution des chaînes Directrice marketing et communication Directrice de l'antenne et de la programmation des chaînes Découverte et Sport Responsable éditoriale Attachée de presse	Richard MAROKO Vincent GRYNBAUM Cécile BRINO Marie DE MAUBLANC Céline CICEKOGLU Katia DEPARIS	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	NON	OUI - Les Chaînes Family / TV By Canal
	BIS TV	NON	OUI - Panorama
	Orange	NON	OUI - Famille / Family By Canal / Intense
ADSL	Free	NON	OUI - TV By Canal / Pack BIS Premium / Pack BIS Ultimatum / Pack BIS Panorama / À la carte
	SFR	NON	OUI - Pass Découverte / Prémium/ Power / Power+
	Bouygues Orange	NON NON	OUI - Grand Angle OUI - Famille By Canal / Famille / Intense
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR OUI		INTERNET OUI
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON		TABLETTE NON
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK @TLHTV YOUTUBE Toute l'Histoire		TWITTER @TLHTV
REGIE PUBLICITAIRE	RÉGIS, publicité et opérations spéciales 132, avenue du président Wilson BP 95 93 213 La Plaine Saint-Denis cedex		David BYWALSKI david.bywalski@mediawan.com 01 49 17 24 19

TRACE GOSPEL

73, rue Henri Barbusse
92 110 Clichy
Tél/Fax : 01 77 68 05 20 / 21
www.trace.tv



Société éditrice : TRACE TV S.A.
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 23/11/2015
Lancement de la chaîne : 23/11/2015

Forme juridique : S.A.
Capital : 1 000 000 €
Effectif : 70

THEMATIQUE	Musical	
PUBLIC VISE	Tous les fans de Gospel	
PROGRAMMES PHARES	<i>Hit 10 ; Sounds of the US ; Sounds of Africa ; Urban Vibes ; Urban Pop Vibes ; French Sounds ; Praise Vibes ; Morning Live ; Best Africa 10 ; US Hit, etc.</i>	
PROGRAMMATION	Vidéo clips	90 %
Part des différents genres de programmes	Spectacle vivant	5 %
	Documentaires et magazines	5 %
ACTIONNAIRE(S)	TRACE (Dirigeants + salariés)	17 %
	TPG Growth	83 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Abonnements	75 %
	Publicité	25 %
ORGANIGRAMME	Président	Olivier LAOUCHEZ
	Directeur des opérations	Jérémy DUPEU
	CEO France	Xavier SPENDER
	Directeur d'antenne et des programmes	Nicolas SAINTE CLUQUE
	Directeur distribution	Laurent DUMEAU
	Directeur juridique	Sven BALISSON
	Directrice marketing	Louise GAY

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	NON	NON
Câble			
ADSL	SFR	NON	OUI - A la carte
	Free	NON	OUI - Pack TRACE
	Orange	NON	OUI - Bouquet Africain max
	Bouygues Telecom	NON	OUI - Bouquet Famille
TRACEPlay / 3G	Selon abonés	OUI	NON

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, Guyane	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique, États-Unis, Kenya, Luxembourg, Nigeria, Seychelles, Tanzanie, Trinité et Tobago, Zambie, Malawi, Ouganda. Depuis le 4 avril 2018, TRACE Gospel est déployée en Afrique francophone. Elle intègre ainsi plus de 25 pays et 3 millions de foyers supplémentaires. TRACE Gospel est disponible sur les bouquets CANAL+ à partir de la formule ACCESS sur le canal 138 en Afrique et dans l'offre TNT EasyTV sur le canal 38.	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE TRACEPlay	TABLETTE TRACEPlay
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Non	INTERNET Dailymotion
RÉSEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TRACE Gospel	TWITTER TRACE_Gospel
REGIE PUBLICITAIRE	TRACE	Jimmy PARESSANT jparessant@trace.tv 06 16 21 12 85

TRACE LATINA

73, rue Henri Barbusse
92 110 Clichy
Tél/Fax : 01 77 68 05 20 / 21
www.trace.tv



Société éditrice : TRACE TV S.A.
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 27/04/2003
Lancement de la chaîne : 27/04/2003

Forme juridique : S.A.
Capital : 1 000 000 €
Effectif : 70

THÉMATIQUE	Musicale		
PUBLIC VISÉ	15-49 ans et tous les amateurs de musique latine.		
PROGRAMMES PHARES	<i>Hit 10 ; Hit 30 ; Top 10 Caliente ; Top 10 Reggaeton ; Stream-it ; TOP 10 Urban Latin.</i>		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019	20 heures	
PROGRAMMATION	Part des différents genres de programmes	Vidéoclips Spectacle vivant Documentaires et magazines	90 % 5 % 5 %
ACTIONNAIRE(S)	TRACE (Dirigeants + salariés) TPG Growth	17 % 83 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Abonnements Publicité	75 % 25 %	
ORGANIGRAMME	Président Directeur des opérations CEO France Directeur d'antenne et des programmes Directeur distribution Directeur juridique Directrice marketing	Olivier LAOUCHEZ Jérémy DUPEU Xavier SPENDER Nicolas SAINTE CLUQUE Laurent DUMEAU Sven BALISSON Louise GAY	
RÉSEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RÉSEAU	OPÉRATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble			
ADSL	Bouygues Free Orange Vitis	OUI NON NON OUI	NON OUI - Panorama OUI - Bouquet Famille NON
OTT	TRACE Play Molotov	OUI NON	NON OUI - Etendu
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique, Suisse		
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE TRACEPlay	TABLETTE TRACEPlay	
SERVICE DE TÉLÉVISION DE RATRAPAGE	TÉLÉVISEUR Non	INTERNET Non	
RÉSEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TRACE Latina	INSTAGRAM TRACE Latina	
RÉGIE PUBLICITAIRE	TRACE	Jimmy PARESSANT jparessant@trace.tv 06 16 21 12 85	

TRACE SPORT STARS

73, rue Henri Barbusse
92 110 Clichy
Tél/Fax : 01 77 68 05 20 / 21
www.trace.tv



Société éditrice : TRACE TV S.A.
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 27/04/2003
Lancement de la chaîne : 27/04/2003

Forme juridique : S.A.
Capital : 1 000 000 €
Effectif : 70

THÉMATIQUE	Sport		
PUBLIC VISÉ	15-45 ans et tous les amateurs de sport.		
PROGRAMMES PHARES	<i>Up-close with / Clubland ; Event / The truth about ; Top 20 / National icons ; Perfection / The burning issue ; Fight stars ; Oktagon</i>		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019	100 heures	
PROGRAMMATION	Documentaires et magazines	100 %	
ACTIONNAIRE(S)	TRACE (Dirigeants + salariés) TPG Growth	17 % 83 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Abonnements Publicité	75 % 25 %	
ORGANIGRAMME	Président Directeur des opérations CEO France Directeur d'antenne et des programmes Directeur distribution Directeur juridique Directrice marketing	Olivier LAOUCHEZ Jérémy DUPEU Xavier SPENDER Nicolas SAINTE CLUQUE Laurent DUMEAU Sven BALISSON Louise GAY	
RÉSEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RÉSEAU	OPÉRATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canalsat	NON	NON
Câble			
ADSL	Bouygues Free	NON NON	OUI - Bouquet divertissement OUI - Pack TRACE
TRACEPlay / 3G	Selon abonnés	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, Guyane, Réunion, Mayotte, Polynésie, Nouvelle-Calédonie, Saint-Pierre-et-Miquelon, Saint-Barthélemy, Saint-Martin		
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Près de 50 pays à travers le monde		
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE TRACEPlay	TABLETTE TRACEPlay	
SERVICE DE TÉLÉVISION DE RATRAPAGE	TÉLÉVISEUR Non	INTERNET Trace Play	
RÉSEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TRACE Sport Stars	TWITTER @TSportStars_FR	
RÉGIE PUBLICITAIRE	TRACE	Jimmy PARESSANT jparessant@trace.tv 06 16 21 12 85	

TRACE TOCA

73, rue Henri Barbusse
92 110 Clichy
Tél/Fax : 01 77 68 05 20 / 21
www.trace.tv



Société éditrice : TRACE TV S.A.
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 22/07/2014
Lancement de la chaîne : 22/07/2014

Forme juridique : S.A.
Capital : 1 000 000 €
Effectif : 70

THÉMATIQUE	Musical		
PUBLIC VISÉ	15-34 ans et tous les amateurs de musique afro-lusophones.		
PROGRAMMES PHARES	<i>Hit 10 ; Hit 30 ; Djouba ; Best Brasil 10 ; Best Angola 10 ; Best Mozambique 10 ; Best Cabo Verde 10 ; Best K-Ribbean 10 ; Gospel VIBES ; Focus ; Hits & Lyrics, etc.</i>		
PROGRAMMATION			
Part des différents genres de programmes	Vidéo clips	90 %	
	Spectacle vivant	5 %	
	Documentaires et magazines	5 %	
ACTIONNAIRE(S)	TRACE (Dirigeants + salariés)	17 %	
	TPG Growth	83 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Abonnements	75 %	
	Publicité	25 %	
ORGANIGRAMME	Président	Olivier LAUCHEZ	
	Directeur des opérations	Jérémy DUPEU	
	CEO France	Xavier SPENDER	
	Directeur d'antenne et des programmes	Nicolas SAINTE CLUQUE	
	Directeur distribution	Laurent DUMEAU	
	Directeur juridique	Sven BALISSON	
	Directrice marketing	Louise GAY	
RÉSEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RÉSEAU	OPÉRATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	NON	NON
Câble			
ADSL	Orange	NON	OUI - Bouquet lusophone
	SFR	NON	OUI - ALC
	Free	NON	OUI - Pack TRACE
TRACEPlay / 3G	Selon abonnés	OUI	NON
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Portugal, Angola, Mozambique, Etats-Unis, Italie		
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE TRACE sur AppStore et Google Play	TABLETTE TRACE sur AppStore et Google Play	
SERVICE DE TÉLÉVISION DE RATTRAPAGE	TÉLÉVISEUR NON	INTERNET NON	
RÉSEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TRACE Toca	TWITTER TRACE_Toca	
RÉGIE PUBLICITAIRE	TRACE	Jimmy PARESSANT jparessant@trace.tv 06 16 21 12 85	

TRACE TROPICAL

73, rue Henri Barbusse
92 110 Clichy
Tél/Fax : 01 77 68 05 20 / 21
www.trace.tv



Société éditrice : TRACE TV S.A.
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 10/02/2009
Lancement de la chaîne : 10/02/2009

Forme juridique : S.A.
Capital : 1 000 000 €
Effectif : 70

THEMATIQUE	Musical		
PUBLIC VISE	20-49 ans et tous les amateurs de musique tropicale		
PROGRAMMES PHARES	<i>Hit 10 ; Hit 30 ; Hits & Lyrics ; BEST AYITI 10 ; BEST LOKAL 10 ; TOP 10 ZOUK ; Trace Video Mix, etc.</i>		
PROGRAMMATION			
Part des différents genres de programmes	Vidéo clips	90 %	
	Spectacle vivant	5 %	
	Documentaires et magazines	5 %	
ACTIONNAIRE(S)	TRACE (Dirigeants + salariés)	17 %	
	TPG Growth	83 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Abonnements	75 %	
	Publicité	25 %	
ORGANIGRAMME	Président	Olivier LAOUCHEZ	
	Directeur des opérations	Jérémy DUPEU	
	CEO France	Xavier SPENDER	
	Directeur d'antenne et des programmes	Nicolas SAINTE CLUQUE	
	Directeur distribution	Laurent DUMEAU	
	Directeur juridique	Sven BALISSON	
	Directrice marketing	Louise GAY	
RÉSEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RÉSEAU	OPÉRATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	NON	NON
ADSL	Bouygues	NON	OUI - Bouquet Famille
	Free	NON	OUI - Pack TRACE
	Orange	NON	OUI - Bouquets Famille et Intense
	SFR	NON	OUI - ALC
TRACEPlay / 3G	Selon abonnés	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, Guyane, Réunion, Polynésie française, Nouvelle-Calédonie, Mayotte ;		
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Algérie, Belgique, Comores, République dominicaine, Guadeloupe, Guyane, Polynésie française, Nouvelle-Calédonie, Haïti, Israël, Italie, Côte d'Ivoire, Luxembourg, Madagascar, Martinique, Mauritanie, Mayotte, Monaco, Maroc, Réunion, Roumanie, Sénégal, Seychelles, Suisse, Tunisie, Royaume-Uni, États-Unis, Venezuela.		
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE TRACEPlay	TABLETTE TRACEPlay	
SERVICE DE TÉLÉVISION DE RATRAPAGE	TÉLÉVISEUR Non	INTERNET Dailymotion	
RÉSEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TRACE Tropical	TWITTER TRACE_Tropical	
RÉGIE PUBLICITAIRE	TRACE	Jimmy PARESSANT jparessant@trace.tv 06 16 21 12 85	

TRACE URBAN

73, rue Henri Barbusse
92 110 Clichy
Tél/Fax : 01 77 68 05 20 / 21
www.trace.tv



Société éditrice : TRACE TV S.A.
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 27/04/2003
Lancement de la chaîne : 27/04/2003

Forme juridique : S.A.
Capital : 1 000 000 €
Effectif : 70

THÉMATIQUE	Musicale		
PUBLIC VISÉ	15-34 ans et tous les amateurs de musique urbaine ;		
PROGRAMMES PHARES	<i>Hit 10 ; Hit 30 ; Trace Video Mix ; D.Y.K. ; TRACE REWIND ; Adult Only ; Focus ; US Hit ; Hit2Rue ; Atlanta ; Playlist By ; Trace Request ; Djouba ; Hits & Lyrics ; SKIP SKIP...</i>		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019	20 heures	
PROGRAMMATION	Part des différents genres de programmes	Vidéoclips Spectacle vivant Documentaires et magazines Séries	85 % 5 % 5 % 5 %
ACTIONNAIRE(S)	TRACE (Dirigeants + salariés) TPG Growth	17 % 83 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Abonnements Publicité	75 % 25 %	
ORGANIGRAMME	Président Directeur des opérations CEO France Directeur d'antenne et des programmes Directeur distribution Directeur juridique Directrice marketing	Olivier LAOUCHEZ Jérémy DUPEU Xavier SPENDER Nicolas SAINTE CLUQUE Laurent DUMEAU Sven BALISSON Louise GAY	
RÉSEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RÉSEAU	OPÉRATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
ADSL	Orange, Bouygues, Virgin	OUI	NON
	Free	NON	OUI - Panorama
	Darty	NON	OUI - Etendu
	SFR	NON	OUI - Bouquet Power Power+
	Vitis	OUI	NON
OTT	TRACE PLAY	OUI	NON
	Molotov	NON	OUI - Etendu
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, Guyane, Réunion, Polynésie française, Nouvelle-Calédonie, Mayotte, Saint-Pierre-et-Miquelon, Saint-Barthélemy, Saint-Martin		
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Près de 150 pays à travers le monde		
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE TRACEPlay	TABLETTE TRACEPlay	
SERVICE DE TÉLÉVISION DE RATRAPAGE	TÉLÉVISEUR CanalSat, Free	INTERNET Dailymotion	
RÉSEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TRACE Urban	TWITTER @TRACE_Urban	
RÉGIE PUBLICITAIRE	TRACE	Jimmy PARESSANT jparessant@trace.tv 06 16 21 12 85	

TREK

132, avenue du président Wilson
 BP 95
 93 213 La Plaine Saint-Denis cedex
 Tél/Fax : 01 49 22 20 01 / 22 35
 www.TREKHD.fr

Société éditrice : AB Thématiques
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 02/02/2015

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 11 327 890,17 €

THEMATIQUE	Documentaire		
PUBLIC VISE	Hommes 35-59 ans		
PROGRAMMES PHARES	<i>Ultra Trail World Tour ; Freeride World Tour ; UIAA Ice Climbing World Cup ; Le Spot ; La Diagonale des Fous ; Aurélien Ducroz, de la mer au sommet ; Maewan, et les fjords perdus.</i>		
PROGRAMMATION			
Part des différents genres de programmes	Documentaires et magazines		100 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.S.		100 %
ORGANIGRAMME	Représentant permanent d'AB THÉMATIQUES Directeur digital et distribution des chaînes Directrice marketing et communication Directrice de l'antenne et de la programmation des chaînes Découverte et Sport Responsable éditoriale Attachée de presse	Richard MAROKO Vincent GRYNBAUM Cécile BRINO Marie DE MAUBLANC Stéphanie GRACIEUX Katia DEPARIS	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	NON	OUI - En option
	BIS TV	NON	OUI - Panorama
	Orange	NON	OUI - Sports Max / Famille / Intense
ADSL	Free	NON	OUI - Pack BIS Premium / Pack BIS Ultimatum / Pack BIS Panorama / À la carte
	SFR	NON	OUI - Pass Découverte / Premium / Power / Power+
	Bouygues	NON	OUI - Grand Angle
	Orange	NON	OUI - Sports Max / Famille / Intense
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR OUI	INTERNET OUI	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK @TrekHD YOUTUBE Trek TV	TWITTER @TREKHD INSTAGRAM @trektv	
REGIE PUBLICITAIRE	RÉGIS, publicité et opérations spéciales 132, avenue du président Wilson BP 95 93 213 La Plaine Saint-Denis cedex	David BYWALSKI david.bywalski@mediawan.com 01 49 17 24 19	

**TV5
MONDE**

131, avenue de Wagram
75 017 Paris
Tél/Fax : 01 44 18 55 55 / 10
www.tv5monde.com



Société éditrice : TV5MONDE

Convention CSA : oui

Création de la chaîne : 01/01/1984

Lancement de la chaîne : 01/01/1984

Forme juridique : S.A.

Capital : 137 200 €

THEMATIQUE	Chaîne généraliste culturelle francophone mondiale.		
PUBLIC VISE	Grand public, francophone et francophile.		
PROGRAMMES PHARES	<i>64' : le monde en français ; Internationales ; 300 millions de critiques ; L'Invité ; Maghreb Orient Express ; Objectif Monde ; Le JT Afrique...</i>		
PROGRAMMATION			
Part des différents genres de programmes	Fiction	11 %	
	Cinéma	5 %	
	Documentaires et magazines	50 %	
	Sport, y compris information sportive	1 %	
	Information	21 %	
	Jeux et divertissements	12 %	
ACTIONNAIRE(S)	France Télévisions	49,0 %	
	France Médias Monde	12,6 %	
	RTBF / SSR / Télé Québec & Radio Canada	11,1 % chacun	
	Arte France	3,3 %	
	INA	1,8 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	2,3 %	
	Abonnement	6,7 %	
	Autres ressources	91,0 %	
ORGANIGRAMME	Présidente du Conseil d'Administration	Delphine ERNOTTE-CUNCI	
	Directeur général	Yves BIGOT	
	Secrétaire général	Thomas DERUBE	
	Directrice de l'information	Françoise JOLY	
	Directeur marketing et distribution	Jean-Luc CRONEL	
	Directrice marketing TV5MONDE FBS	Clara ROUSSEAU	
	Directrice du numérique	Hélène ZEMMOUR	
	Directrice de la communication	Nelly BELAIEV	
	Directeur des relations institutionnelles et des relations avec la Francophonie	Laurent CAGNA	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat, TNT Sat, Fransat	OUI	NON
Câble	SFR	OUI	NON
ADSL	Free, Alice, Darty, SFR, Orange, Bouygues	OUI	NON
Mobile / 3G	SFR, Orange, Bouygues, Free	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI		
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Plus de 200 pays		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEISEUR Free/SFR	INTERNET www.tv5mondeplus.com	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE OUI	TABLETTE OUI	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK tv5mondeofficiel	TWITTER @tv5monde	
REGIE PUBLICITAIRE	FRANCE TELEVISIONS PUBLICITE	Stéphanie GAUMONT stephanie.gaumont@francetvpub.fr	

TV BREIZH

1, quai du Point du Jour
92 656 Boulogne cedex
Tél : 01 41 41 12 34
www.tvbreizh.fr

Société éditrice : TV Breizh
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/09/2000
Lancement de la chaîne : 01/09/2000

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 40 036,49 €
Effectif : 10

THEMATIQUE	Séries, fiction, cinéma		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMATION			
Part des différents genres de programmes	Fiction	60 %	
	Séries	40 %	
PROGRAMMES PHARES	<i>Columbo ; Arabesque ; Hercule Poirot ; Miss Marple ; Mentalist ; Les experts : Manhattan ; Cold Case ; Castle ; Alice Nevers ; Profilage ; Section de Recherches ; Tandem.</i>		
ACTIONNAIRE(S)	TF1	100 %	
ORGANIGRAMME	Président Directeur Programmation Marketing distributeurs	Ara APRIKIAN Christophe SOMMET Julien GRANGE / Aurélie FRANKIEWICZ Sophie CATALIFAUD	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	OUI - Panorama ou Canal+ Essentiel	NON
	Orange	Famille NON	OUI - Bouquet Famille
Câble	SFR - Numericable	OUI - Offre Starter	NON
	Petits câblo-opérateurs		
ADSL / Fibre	Canal DSL	NON	OUI - Pack Panorama
	Orange	NON	OUI - Bouquet Famille ou Famille by Canal
	SFR	NON	OUI - Offre Power
	Bouygues Telecom	OUI	NON
	Free	NON	OUI - TV by Canal
Mobile / 3G / Web	TV d'Orange, SFR TV, Numericable	NON	OUI
	TV Mobile, MyCANAL, B.tv	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, Guyane, Réunion, Mayotte, Nouvelle-Calédonie	Canal Overseas, SFR-N, Orange, Parabole Réunion, ZEOP, InternetNC, Can'1, C+ Telecom	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Monaco Belgique Suisse Luxembourg	Monaco Telecom Proximus TV, Voo, Telenet, Telesat, Orange Belgique Teleclub, UPC Cablecom, Netplus, Citycable, Swisswom CLT UFA	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Via les portails des opérateurs (notamment Canal à la demande, SFR-NC, Orange, Bouygues Telecom, Free)	INTERNET TV d'Orange, SFR TV, myCANAL, B.tv	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE TV d'Orange, myCANAL, B.tv, SFR TV	TABLETTE TV d'Orange, myCANAL, B.tv, SFR TV	
RESEAUX SOCIAUX	TWITTER @TVBreizh	FACEBOOK tvbreizh	
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 PUBLICITE	Olivier CARIOU ocariou@tf1.fr 01 41 41 25 33	

ULTRA NATURE

43, boulevard Pierre Frieden
L - 1543 Luxembourg
Tél/Fax : 01 49 22 20 01 /2235
www.ultranature.fr

Société éditrice : AB Entertainment S.A.
Concession luxembourgeoise : Oui
Création de la chaîne : 19/05/2016

Forme juridique : S.A. de droit luxembourgeois
Capital : 8 394 325,00 €

THEMATIQUE	Documentaires		
PUBLIC VISE	35/59/60 ans et +		
PROGRAMMES PHARES	<i>The Explorers ; La liste rouge, Au cœur de la Zambie, Les réserves marines, Sur les rives du fleuve Amazone, Il était une fois l'Inde sauvage, Globe surfeurs, Immersion bleue.</i>		
PROGRAMMATION			
Part des différents genres de programmes	Documentaires		100 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.S.		100 %
ORGANIGRAMME	Membres du conseil d'administration	Pierre-Antoine CAPTON, Richard MAROKO et Guillaume IZABEL	
	Directeur digital et distribution des chaînes	Vincent GRYNBAUM	
	Directrice marketing et communication	Cécile BRINO	
	Directrice de l'antenne et de la programmation des chaînes Découverte et Sport	Marie DE MAUBLANC	
	Responsable éditoriale	Isabelle GRILLOT	
	Attachée de presse	Katia DEPARIS	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
FIBRE	Orange 4K/UHD	OUI	
	Free	OUI	
	Bouygues Telecom	OUI	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR	INTERNET	
	OUI	NON	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK	TWITTER	
	@UltraNature4K	@UltraNature4K	
REGIE PUBLICITAIRE	RÉGIS, publicité et opérations spéciales 132, avenue du président Wilson BP 95 93 213 La Plaine Saint-Denis cedex	David BYWALSKI david.bywalski@mediawan.com 01 49 17 24 19	

USHUAÏA TV

1, quai du Point du jour
92 656 Boulogne cedex
Tél : 01 41 41 12 34
www.ushuaivatv.fr



Société éditrice : Ushuaïa TV
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/12/2004
Lancement de la chaîne : 14/03/2005

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 10 000 €
Effectif : 10

THEMATIQUE	Documentaire		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMES PHARES	<i>Ushuaïa Nature ; Ushuaïa Le Mag ; Bougez Vert.</i>		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019	150 heures de documentaires et magazines	
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	23 %	
Part des différents genres de programmes	Cinéma	2 %	
	Documentaires / Magazines	75 % / 8 %	
ACTIONNAIRE(S)	Groupe TF1	100 %	
ORGANIGRAMME	Président	Ara APRIKIAN	
	Directeur	Christophe SOMMET	
	Antennes et programmes	Vincent LE GOFF	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	OUI - Panorama ou Canal+ Essentiel Famille	NON
	Orange	NON	OUI - Bouquet Famille
Câble	SFR, petits câblo-opérateurs	NON	OUI - Bouquet Découverte
ADSL / Fibre	Canal DSL	NON	OUI - Pack Panorama
	Bouygues	OUI (Bbox Sensation)	OUI - Grand Angle (Bbox) ou Start by Canal
	SFR	NON	OUI - Bouquet Découverte
	Orange	NON	OUI - Bouquet Famille ou Famille by Canal
	Free	NON	OUI - TV by Canal ou A la carte
Mobile / 3G / Web	TV d'Orange, SFR TV, MyCANAL,	NON	OUI
	B.tv	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, Guyane, Réunion, Mayotte, Nouvelle-Calédonie	Orange, SFR-NC, ZEOP, Canal+ International, Internet NC, Parabole Réunion, Canal+ Telecom, Can'l, Vini	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Monaco Suisse, Belgique, Luxembourg Afrique Liban	Monaco Telecom Teleclub, Swisscom, UPC, Netplus, Naxoo, Sunrise, Proximus, Telesat, Voo, Telenet, Orange Belgique, CLT UFA Canal+ Afrique, Maroc Telecom, Blueline, Zap TV, Mauritius Telecom, Parabole, Orange Côte d'Ivoire Cablevision	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUSEUR Via les portails opérateurs (myCANAL, SFR, Orange, Bouygues, Free, Videofutur, Watch it)	INTERNET TV d'Orange, SFR TV, Numericable TV Mobile, myCANAL, B.tv	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE TV d'Orange, myCANAL, B.tv, SFR TV	TABLETTE TV d'Orange, myCANAL, B.tv, SFR TV	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK - UshuaiaTV INSTAGRAM - @ushuaivatv	TWITTER - @Ushuaia_TV	
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 PUBLICITE	Olivier CARIOU (01 41 41 25 33) ocariou@tf1.fr	

VOYAGE

241, boulevard Pereire
75 017 Paris
Tél/Fax : 01 58 05 09 59 20
www.voyage.fr

Société éditrice : VOYAGE
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 1997
Lancement de la chaîne : 1997

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 37 779,10 €

THEMATIQUE	Documentaire		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMES PHARES	<i>J'irai dormir chez vous ; Trésors d'Europe ; Gare Centrale ; Trésors vus du ciel ; Bon Baiser d'Afrique ; Les plus beaux treks, etc.</i>		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2019	120-130 heures	
PROGRAMMATION	Part des différents genres de programmes	Documentaires et magazines	100 %
ACTIONNAIRE(S)	Fox Networks Group France	100 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	5 %	
	Abonnement	65 %	
	Autre	30 %	
ORGANIGRAMME	Présidente	Hélène ETZI	
	Directrice des programmes	Pauline DAUVIN	
	Directrice juridique	Emilie MAAREK	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	NON	OUI
Câble	NA	NA	NA
IPTV	Via offres Canal chez Free et Orange	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	DROM POM COM	Canal+ International, Parabole Réunion, Vini, C&W Seychelles, Mauritius Telecom, CAN'L	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Monaco Luxembourg Certains pays d'Afrique	Proximus, BeTV/VOO, Orange, Telenet Swisscom, Net Dream, etc. Monaco Telecom Tango Canal+ International, Startimes	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVEUR Services replay des distributeurs (Canal à la demande, Freebox Replay...)	INTERNET Sites replay des distributeurs (ex : www.myCANAL.fr...)	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE OUI	TABLETTE OUI	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK voyage.fr YOUTUBE chaînevoyage	DAILYMOTION voyage	
REGIE PUBLICITAIRE	FRANCE TELEVISIONS PUBLICITE	Nathalie DINIZ CLÉMENCEAU nathalie.clemenceau@francetvpub.com	

W9

89, avenue Charles de Gaulle
 92 575 Neuilly-sur-Seine
 Tél/Fax : 01 41 92 73 73 / 66 99
www.w9.fr



Société éditrice : M6
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 2005
Lancement de la chaîne : 31/03/2005

Forme juridique : S.N.C.
Capital : 40 000 €
Effectif : 15

THEMATIQUE	Musicale	
PUBLIC VISE	Tout public - Jeunes adultes	
PROGRAMMES PHARES	<i>Les Marseillais ; Les princes et les princesses de l'amour ; Enquêtes criminelles ; Enquête d'action ; Ligue des Nations ; 2050, les 100 vidéos...</i>	
ACTIONNAIRE(S)	M6	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Directeur des programmes de flux Directrice de la programmation et de l'antenne Responsable de l'antenne Directrice de la communication Chargées de communication Responsable communication nouveaux médias Responsable artistique Ressources humaines Responsable auto-promotion	Thomas VALENTIN Jérôme FOUQUERAY Pierre-Guillaume LEDAN Marie LOISEL Karen KABALO Emmanuelle COHEN Caroline TURRO et Carole RAYMOND Audrey THIERRY Pati KASEKE Aude NETO Pierre GOICHON
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles.	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, Réunion, Guyane, Nouvelle-Calédonie, Tahiti	Canal Overseas, Orange, Outre-Mer Telecom, Autres
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique, Suisse	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE 6play	TABLETTE 6play
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR 6PLAY	INTERNET www.6play.fr
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE 6play	TABLETTE 6play
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK w9	TWITTER @w9
REGIE PUBLICITAIRE	M6 PUBLICITE	Frédérique REFALO frederique.refalo@m6.fr 01 41 92 26 48

WARNER TV

115/123, avenue Charles de Gaulle
 92 200 Neuilly-sur-Seine
 Tél/Fax : 01 72 25 00 00 / 18 36
 www.cartoonnetwork.fr

**Société éditrice** : Turner Broadcasting System Europe**Convention CSA** : non**Lancement de la chaîne** : 01/10/1999**Forme juridique** : S.A.S.

THEMATIQUE	Chaîne pour les fans de séries en tout genre ! Elle propose des contenus inédits à grand spectacle et des séries iconiques.	
PUBLIC VISE	25-49	
PROGRAMMES PHARES	<i>Gotham ; Riverdale ; Miracle workers ; FBI : portés disparus ; Mon oncle Charlie ; Rizzoli & Isles ; The Orville ; Animal kingdom ; Projet blue book...</i>	
ACTIONNAIRE(S)	Turner Broadcasting System Europe	100 %
ORGANIGRAMME	SVP Europe du Sud et Afrique Directeur des chaînes Kids et General Entertainment France & Afrique Directeur des programmes et acquisitions Directeur marketing, RP & Digital Vice-Président Commercial & Business Développement territoires francophones, Afrique et Israël Responsable presse Directrice de la publicité	Jaime ONDARZA Julien BORDE Stéphane PASQUIER-MIYAZAKI Adrien FALLU Guillaume COFFIN Elise GROOThAERDT Véronique DUPONT-MOREAU

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	Panorama - Essentiel Famille	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Réunion Nouvelle-Calédonie Seychelles	SFR Réunion Can'I Cable and Wireless	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Maurice Belgique Suisse Luxembourg	Mauritius Voo, Orange Belgique Swisscom Post Telecom	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVEUR Canal, Free, Orange	INTERNET www.canalsatalademande.fr	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE	TABLETTE	NON
REGIE PUBLICITAIRE	FRANCE TELEVISIONS PUBLICITE	Gwenaëlle LESNE	