

LE GUIDE DES CHAÎNES NUMÉRIQUES

AVRIL 2018

16^e ÉDITION



CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AUDIOVISUEL

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



CENTRE NATIONAL DU CINÉMA ET DE L'IMAGE ANIMÉE

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



Direction générale
des médias et des
industries culturelles

DIRECTION GÉNÉRALE DES MÉDIAS ET DES INDUSTRIES CULTURELLES

Ministère de la Culture
182, rue Saint Honoré - 75 033 Paris Cedex 01
Tél : 01 40 15 80 00
www.culture.gouv.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

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

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 NUMÉRIQUES

1. Les chaînes de la TNT.....	08
2. Les chaînes conventionnées et déclarées dans l'offre élargie	08
3. Les chaînes payantes diffusées en France en 2017.....	09
4. La télévision de rattrapage (TVR).....	10

CHAPITRE 2 LES MODES DE RÉCEPTION DE LA TÉLÉVISION NUMÉRIQUE EN FRANCE

1. Le marché des récepteurs.....	14
2. Les modes de réception.....	14
3. Nombre de foyers abonnés à une offre payante de réception multichaînes....	18

CHAPITRE 3 LA DISTRIBUTION DES CHAÎNES NUMÉRIQUES

1. Les offres disponibles en mode hertzien terrestre numérique.....	20
2. Les offres disponibles par satellite	20
3. Les offres disponibles par les réseaux des fournisseurs d'accès à internet (ADSL, fibre, câble, réseaux mobiles).....	22
4. Les offres disponibles via l'internet ouvert	25

CHAPITRE 4 L'AUDIENCE DES CHAÎNES NUMÉRIQUES

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

Partie I : la production audiovisuelle et cinématographique à partir des données du CSA

1. Contribution réelle à la production audiovisuelle. 41
2. Contribution à la production cinématographique.....45

Partie II : la production audiovisuelle et cinématographique à partir des données du CNC

1. La production audiovisuelle	47
2. La production cinématographique.....	53

CHAPITRE 6 L'ÉCONOMIE DES CHAÎNES NUMÉRIQUES

Partie I : résultats économiques du secteur

1. Bilan financier des chaînes gratuites en 2016	60
2. Bilan financier des chaînes payantes en 2016	66

Partie II : la publicité

1. Investissements publicitaires bruts sur l'ensemble des chaînes en 2017	76
2. Les dépenses et recettes publicitaires nettes en 2016 et 2017	82

Partie III : l'emploi

1. Principales données 2016	84
2. Principales évolutions entre 2011 et 2016.....	85
3. Les chaînes gratuites de la TNT	85
4. Les chaînes du câble, du satellite, de la fibre, de l'ADSL et de la TNT payante.....	87
5. Une nouvelle convention collective	88

CHAPITRE 7 CADRE JURIDIQUE : ACTUALITÉ LÉGISLATIVE ET RÉGLEMENTAIRE EN 2017

1. La loi n° 2017-86 du 27 janvier 2017	88
2. La loi n° 2017-256 du 28 février 2017	88
3. La loi n° 2017-261 du 1 ^{er} mars 2017	88
4. Actualité réglementaire	88

ANNEXES

1. La distribution de services de télévision	94
2. Présentation de l'A.C.C.e.S.....	97

FICHES CHAÎNES

1. Les régies publicitaires des chaînes	100
2. L'index des fiches chaînes	101
3. Les fiches chaînes	102

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'audio-visuel (CSA), la Direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC) et le Syndicat National de la Publicité Télévisée (SNPTV) se sont à nouveau associés pour publier cette 16^{ème} édition du Guide des chaînes numériques réalisé par l'agence Clair de Lune.

Cette édition 2018, qui porte sur les années 2016 et 2017, comprend l'ensemble des informations disponibles sur l'univers des chaînes françaises.

Pour ce qui est de **l'offre de chaînes**, à la fin de 2017, 31 chaînes nationales sont disponibles pour les téléspectateurs de la TNT, dont 27 en haute définition. Parmi ces chaînes, 26 sont accessibles gratuitement et 5 sont payantes. Au 31 décembre 2017, 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 213 contre 214 à fin 2016.

Le déploiement des services de télévision de rattrapage s'est poursuivi. Selon le baromètre de la télévision de rattrapage du CNC, l'offre des chaînes nationales gratuites disponible en télévision de rattrapage sur internet en septembre 2017 est constituée de 23 139 heures de programmes. Elle est stable par rapport à août 2017 (-0,4 %) et en hausse de 9,7 % sur un an. En termes de consommation, en septembre 2017, 565,1 millions de vidéos sont visionnées sur les services de TVR du panel (composé de 23 chaînes dont 18 chaînes nationales), soit 18,8 millions de vidéos vues chaque jour. La consommation augmente de 14,8 % par rapport à août 2017 et de 5,4 % sur un an. Cinq milliards de vidéos ont été vues en TVR sur les neuf premiers mois de l'année 2017.

En termes d'équipement, les écrans se multiplient au sein des foyers : au deuxième trimestre 2017, le nombre moyen d'écrans permettant de consommer de la vidéo par un foyer français était de 5,5. Le téléviseur demeure, et de loin, l'écran le plus présent, avec un taux de pénétration dans les foyers de 94,1 % sur cette même période. Néanmoins, ce taux est en baisse depuis 2013 (4 %) et la pénétration des ordinateurs, et surtout celle des tablettes et des smartphones, est en progression constante. Cette tendance est principalement portée par les jeunes générations qui s'équipent de moins en moins en téléviseur au profit d'écrans alternatifs permettant notamment la consommation de contenus audiovisuels en mobilité.

Au deuxième trimestre 2017, 74,8 % des internautes de plus de 15 ans sont équipés d'un smartphone, contre 71,5 % un an auparavant. La progression de la pénétration des tablettes est elle aussi notable : 47,3 % des foyers sont équipés d'une tablette au deuxième trimestre 2017, contre moins de 5 % en 2011. Le taux de pénétration des ordinateurs dans les foyers continue sa progression pour atteindre 85,1 % des foyers contre 83 % 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 6,2 % en 1 an et 12 % en 5 ans. Cependant, au deuxième trimestre 2017, 52,4 % des foyers métropolitains équipés d'au moins un téléviseur, soit 14 millions de foyers, utilisaient la TNT pour regarder la télévision. 54,4 % des foyers équipés d'au moins un téléviseur recevaient la télévision grâce au réseau internet fixe, soit une augmentation de 6,4 % en un an. Le nombre d'abonnements couplant internet et télévision continue de progresser. Au deuxième trimestre 2017, le nombre d'abonnements multi-play offrant un service audiovisuel s'élève à 19,7 millions, soit une augmentation de 328 000 abonnements en un an (+2 %). Au deuxième trimestre 2017, 23,1 % des foyers équipés d'au moins un téléviseur disposent d'une réception par satellite soit 6,2 millions de foyers.

Le Guide présente à nouveau cette année, sous forme de tableaux complets, **les différentes offres payantes et gratuites disponibles** sur le satellite, le câble, l'ADSL et la fibre optique (« triple play » et « quadruple play ») et sur les téléphones mobiles.

En 2017, la **durée d'écoute individuelle** (DEI) de la télévision a baissé par rapport à 2016 : les Français ont passé en moyenne 3 heures et 42 minutes par jour à l'écoute de la télévision, soit une baisse de 1 minute. Elle demeure néanmoins à un niveau élevé.

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 agrégée des services historiques passe de 76,9 % en 2008 à 58,5 % en 2017, soit une baisse de 18,4 points. L'audience des chaînes payantes et locales est également en recul, passant d'une pda de 12,6 % en 2008 à une pda de 10 % en 2017 (soit une baisse de 2,6 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 21,5 %. 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 9,1 % en 2017.

Du côté des chaînes payantes, la vague de janvier-juin 2017 montre une légère baisse de leur part d'audience par rapport à la vague réalisée un an plus tôt : elle passe ainsi de 13,2 % à 12,7 % sur « l'Ensemble Univers ».

Les données relatives à la **production audiovisuelle et cinématographique** rendues publiques par le CSA et le CNC étant de nature différente, elles font l'objet de présentations spécifiques.

En 2016, selon les données du CSA, les montants totaux des dépenses retenues au titre des obligations réglementaires en faveur du développement de la pro-

duction audiovisuelle européenne augmentent légèrement alors que ceux en faveur de la production cinématographique européenne diminuent légèrement (834,0 M€ contre 825,7 M€ en 2015 pour la contribution audiovisuelle et 410,0 M€ contre 423,2 M€ en 2015 pour la contribution cinématographique).

En 2016, selon les données du CNC, les chaînes (chaînes gratuites, payantes, locales et services en ligne) ont commandé 4 864 heures de programmes audiovisuels aidés par le CNC, soit une baisse de 1,6 %. Avec 862,5 M€ d'investissements en 2016, contre 784,0 M€ en 2015, les apports des chaînes sont en hausse de 10 % entre 2015 et 2016. Les investissements dans la production audiovisuelle aidée par le CNC des chaînes payantes sont en baisse de 29,3 % en 2016 à 91,8 M€. Hors la chaîne Canal+, elles sont en baisse de 7 % à 45,1 M€. En 2016, les chaînes nationales gratuites (publiques et privées) financent la production audiovisuelle aidée à hauteur de 751,9 M€ soit une hausse de 19,3 %.

En 2016, parmi les 283 films agréés par le CNC, les chaînes de télévision (payantes et gratuites) ont financé 165 films (58,3 % des films agréés) dont 150 d'initiative française (191 films dont 168 d'initiative française en 2015), soit 67,9 % des films d'initiative française. A 315,0 M€, les investissements des chaînes de télévision reculent sensiblement en 2016 (-16,6 %) pour un nombre de films financés en baisse de 13,6 % soit 26 films de moins.

Pour ce qui est de l'**économie des chaînes**, selon les données du CSA, le chiffre d'affaires de l'ensemble des chaînes nationales étudiées, gratuites et payantes, s'est établi en 2016 à 8 597,5 M€ (contre 8 473,6 M€ en 2015), composé à 66 % de celui des chaînes gratuites et à 34 % de celui des chaînes payantes (dont les chaînes Canal+ diffusées sur la TNT, le câble, le satellite et l'ADSL).

En 2016, le chiffre d'affaires réalisé par les 24 chaînes gratuites étudiées est en augmentation de 2,9 % (+159 M€) par rapport à 2015. Le groupe France Télévisions enregistre en 2016 une hausse de 3,5 % de son chiffre d'affaires (+101 M€). Les ressources publiques représentent 83,5 % de son chiffre d'affaires en 2016 soit 2 510,2 M€.

La croissance du chiffre d'affaires des chaînes privées gratuites atteint 2,2 % en 2016 (contre +1,0 % en 2015), soit une augmentation en valeur absolue de 58 M€. Cette croissance est essentiellement réalisée par les chaînes de la TNT 2005 (+4,9 %), de la TNT 2012 (+28 M€ soit une croissance de 22 % de leur chiffre d'affaires) ainsi que par l'inclusion dans le périmètre étudié de la chaîne LCI. Le chiffre d'affaires de l'ensemble des 85 chaînes payantes étudiées accuse une légère baisse en 2016 (-1 %) et s'établit à 2 904,4 M€ (1 704,0 M€ pour les chaînes Canal+ et 1 200,4 M€ pour les autres chaînes payantes).

En 2017, selon Kantar Media, les annonceurs ont investi 12 065,6 M€ bruts (aux prix tarifs, avant remises et dégres-

sifs) dans la **publicité télévisée** (hors parrainage). Plus de la moitié des investissements publicitaires bruts des annonceurs ont été effectués sur les chaînes hertziennes historiques (51,8 %), plus d'un tiers sur les nouvelles chaînes TNT (41,7 %) et 6,5 % sur les chaînes payantes (hors parrainage).

En termes d'**emplois**, selon les données Audiens, la baisse des effectifs permanents des chaînes de la TNT amorcée en 2015 (-2 %), se poursuit en 2016 (-4 %). La masse salariale connaît dans le même temps une stabilisation sur la période 2014-2016.

En 2016, dans les chaînes du câble et du satellite, on note une progression notable de l'activité des permanents, avec une augmentation de 8 % des effectifs et de 12 % de la masse salariale. La répartition entre hommes et femmes est stable, comme pour les chaînes de la TNT : 53 % d'hommes et 47 % de femmes, des chiffres à rapprocher de ceux de la population active française dans son ensemble (52 % d'hommes et 48 % de femmes). Cette répartition est plus défavorable aux femmes au sein du personnel intermittent.

La partie consacrée à l'emploi précise également qu'après deux ans de négociations avec les organisations syndicales représentant les salariés, l'ACCeS et TLSP (Union des télévisions locales de service public) ont conclu en juillet 2017 une nouvelle convention collective pour les chaînes thématiques et locales et instauré une nouvelle classification des emplois, plus claire et plus simple que celle de 2004 à la fois pour les employeurs et les salariés qui ont désormais la possibilité de gérer leurs parcours professionnels avec davantage de visibilité. Il détaille les nouvelles dispositions sur lesquelles employeurs et syndicats se sont accordés.

Le chapitre 7, consacré au **cadre juridique**, présente l'actualité législative et réglementaire de l'année 2017 : la loi n°2017-86 du 27 janvier 2017 relative à l'égalité et à la citoyenneté, la loi n°2017-256 du 28 février 2017 de programmation relative à l'égalité réelle outre-mer et portant d'autres dispositions en matière sociale et économique, la loi n°2017-261 du 1^{er} mars 2017 visant à préserver l'éthique du sport, à renforcer la régulation et la transparence du sport professionnel et à améliorer la compétitivité des clubs ainsi que les plus récentes évolutions réglementaires.

En annexe, le Guide présente cette année une analyse consacrée à la distribution de services de télévision.

Dernière partie du Guide, les fiches chaînes, qui sont cette année au nombre de 129, ont été actualisées à fin 2017.

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 multi-média 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.

DEPS (Département des Etudes, de la Prospective et des Statistiques du Ministère de la Culture) : service d'études et service statistique ministériel du ministère de la Culture.

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.

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

Ifop : institut de sondages et d'études marketing fondé en 1938. Outre ses trois pôles métiers (omnibus, panels et recueil téléphonique), Ifop est structuré autour de six secteurs dont celui des médias et du numérique.

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

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

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

Simavelec : syndicat des industries de matériels audiovisuels électroniques.

L'OFFRE DE CHAÎNES NUMÉRIQUES

A la fin de l'année 2017, 244 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, 131 chaînes conventionnées et 82 chaînes déclarées.

1. LES CHAÎNES DE LA TNT

A la fin de 2017, 31 chaînes nationales sont à la disposition des téléspectateurs de la TNT (dont 27 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 2017)

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 (ex-NT1) ⁽³⁾	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		
CNEWS	Groupe Canal Plus		
CSTAR	Groupe Canal Plus		
GULLI	Groupe Lagardère		
FRANCE Ô *	Groupe France Télévisions		
TF1 SERIES FILMS (ex-HD1) ⁽⁴⁾	Groupe TF1		
L'ÉQUIPE	Groupe Amaury		
6TER	Groupe M6		
NUMERO 23	Société Diversité TV France		
RMC DÉCOUVERTE	Groupe NextRadioTV		
CHERIE 25	Groupe NRJ		
FRANCEINFO: *	Groupe France Télévisions		

Source : CSA
* Chaînes qui ne sont pas diffusées en HD.

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

Au 31 décembre 2017, 213 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, ADSL, FTtx).

CHAÎNES CÂBLE/SATELLITE/ADSL/MOBILE/INTERNET (au 31 décembre 2017)

Chaînes conventionnées131
Chaînes déclarées.....82
TOTAL213

Durant l'année 2017, le CSA a conclu sept conventions avec de nouvelles chaînes et six nouveaux services ont bénéficié du régime déclaratif ⁽⁵⁾.

⁽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 Conseil supérieur de l'audiovisuel (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'ADSL, 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⁾ Depuis le 29 janvier 2018, NT1 a été renommée TFX.

⁽⁴⁾ Depuis le 30 janvier 2018, HD1 a été renommée TF1 Séries Films.

⁽⁵⁾ Hors services temporaires.

NOUVELLES CHAÎNES NATIONALES CONVENTIONNÉES OU DÉCLARÉES AUPRÈS DU CSA EN 2017

CHAÎNES CONVENTIONNÉES	CHAÎNES DÉCLARÉES
A12TV Ere TV MB LIVE Melody d'Afrique MY ZEN TV Polar+ 54One	7 Entertainment Television Pitchoun TV Lautrey TV Art District TV Imearth Superyacht TV

Source : CSA.

Neuf services ont résilié leur convention en 2017 : Campagnes TV, Disney Junior, 365 Sport, Equidia Life, HolyGod TV, MCS Maison, MCS Bien-Etre / MCS Lifestyle, MCS Tennis et Mithaq TV.

3. LES CHAÎNES PAYANTES DIFFUSÉES EN FRANCE EN 2017

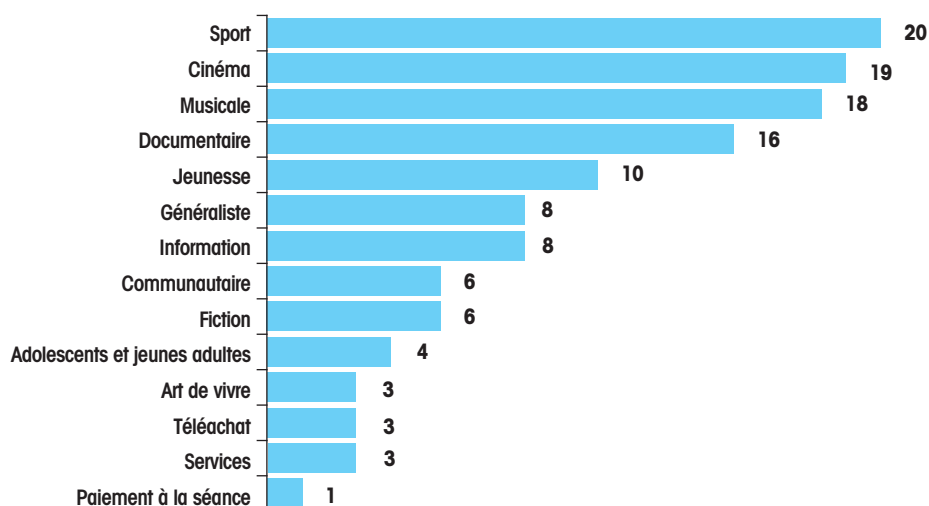
Au 31 décembre 2017, 125 chaînes nationales payantes autorisées ou conventionnées sont diffusées en France métropolitaine ⁽⁶⁾.

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

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

Le tableau ci-dessous classe par thématique les chaînes nationales payantes numériques diffusées en France métropolitaine à la fin de 2017, qu'elles soient autorisées ou conventionnées ⁽⁷⁾.

CHAÎNES NATIONALES PAYANTES CONVENTIONNÉES ET AUTORISÉES DIFFUSÉES EN MÉTROPOLE, RÉPARTIES PAR THÉMATIQUES (au 31 décembre 2017)



Source : CSA.

⁽⁶⁾ Les déclinaisons d'une même chaîne sont comptabilisées dans cette étude comme autant de chaînes, même si elles ont la même convention. Ainsi, par exemple, Télétoon et Télétoon+1 sont comptabilisées comme deux chaînes, alors qu'il n'y a qu'une convention pour ces deux chaînes.

⁽⁷⁾ Les chaînes bénéficiant du régime déclaratif ne sont pas prises en compte dans cette partie.

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 www.tv-replay.fr, présente l'offre de programmes de 23 chaînes nationales disponible 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, TMC Régie 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 ; Outre-Mer 1^{ère}, France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô ; M6, W9, Paris Première, Téva, 6ter ; TF1, LCI, TMC, TFX (ex-NT1), TF1 Séries Films (ex-HD1) ; Gulli, Piwi+, Télétoon+. 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. En 2017, l'offre et la consommation de TVR continuent à se développer.

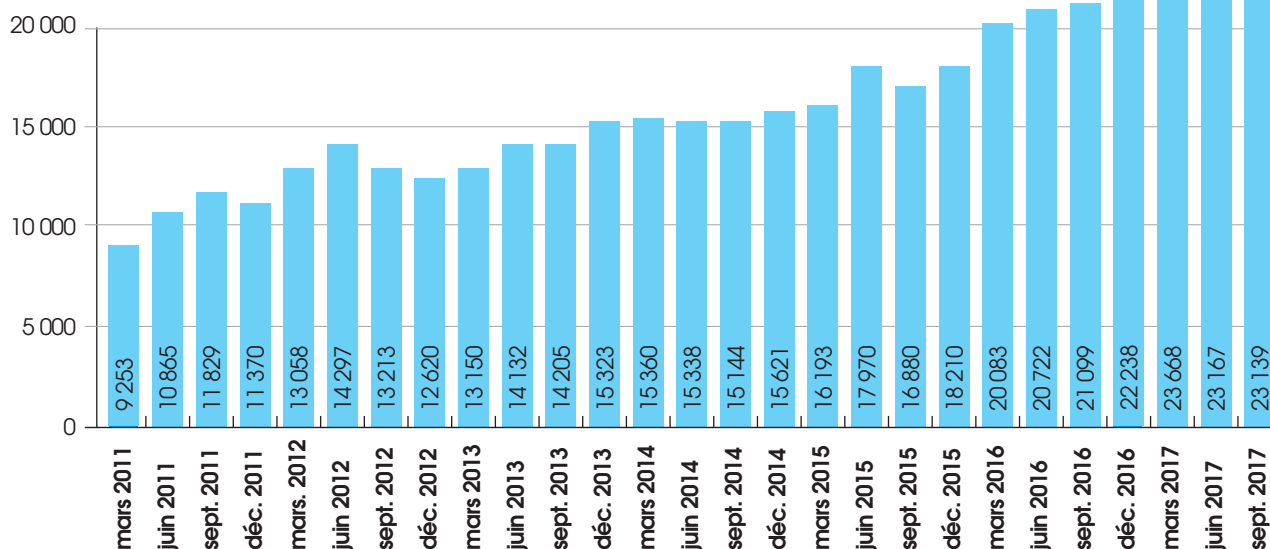
L'OFFRE

Selon le baromètre de la télévision de rattrapage du CNC, en septembre 2017, l'offre des chaînes nationales gratuites disponible en télévision de rattrapage sur internet est constituée de 23 139 heures de programmes. Elle est stable par rapport à août 2017 (-0,4 %) et en hausse de 9,7 % sur un an (+8,0 % pour les chaînes historiques et +10,8 % pour les chaînes TNT/TNT HD).

Sur un mois, l'offre augmente de 1,5 % à 19 776 heures pour les programmes de flux alors qu'elle diminue de 10,2 % à 3 363 heures pour les programmes de stock. L'animation, le documentaire, la fiction et le cinéma constituent ainsi 14,5 % de l'offre de TVR en septembre. Les principales offres sont proposées par M6, TF1 et France 3 pour la fiction, par France 4, Gulli et France 5 pour l'animation et par Arte, RMC Découverte et France 5 pour le documentaire. En septembre, la fiction française compose 42,4 % de l'offre de fiction proposée en TVR, contre 26,8 % pour la fiction américaine, 11,3 % pour la fiction européenne non française et 19,4 % pour la fiction d'autres nationalités.

13,4 % de l'offre totale de TVR est disponible entre 0 et 7 jours (3 101 heures). 80,5 % des programmes sont consultables plus de 30 jours (18 616 heures).

OFFRE DE TÉLÉVISION DE RATRAPAGE SUR INTERNET
(en heures)



■ Volume horaire

Source : www.TV-replay.fr

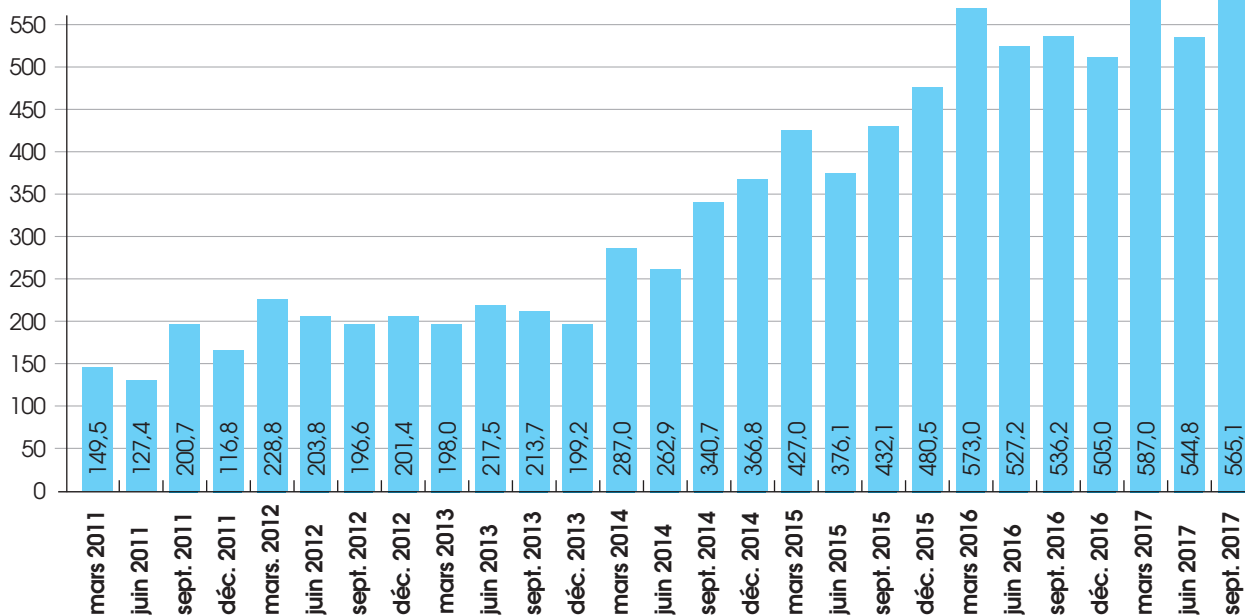
LA CONSOMMATION

En septembre 2017, 565,1 millions de vidéos sont visionnées sur les services de TVR du panel (composé de 23 chaînes dont 18 chaînes nationales), soit 18,8 millions de vidéos vues chaque jour. La consommation augmente de 14,8 % par rapport à août 2017 et de 5,4 % sur un an. 5,0 milliards de vidéos ont été vues en TVR sur les neuf premiers mois de l'année.

La consommation de télévision en ligne, qui inclut la télévision de rattrapage ainsi que les bonus et la consommation des chaînes en direct sur les autres supports que la télévision, totalise 675,6 millions de vidéos vues en septembre 2017 (+16,8 % sur un mois et +1,1 % sur un an) et 6,0 milliards de vidéos visionnées depuis le début de l'année. Le téléphone mobile talonne la télévision en termes de consommation avec moins de 2 points d'écart (29,7 % des vidéos vues en septembre pour le téléphone contre 31,2 % pour le téléviseur). Les programmes jeunesse, le documentaire, la fiction et le cinéma totalisent 51,1 % des vidéos visionnées.

Les meilleures audiences de télévision en ligne sont réalisées par *Secret Story* pour le groupe TF1, *Plus belle la vie* pour le groupe France Télévisions, *Canal+ Sport* pour le groupe Canal+, *Les Marseillais vs le reste du monde* pour le groupe M6 et *Franky* pour le groupe Lagardère Active.

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



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

LE PUBLIC

78,6 % des internautes âgés de 15 ans et plus interrogés en septembre 2017 déclarent avoir regardé des programmes en TVR au cours des 12 derniers mois (+0,1 point par rapport à août 2017). La pénétration de la TVR s'élève à 87,3 % chez les 15-24 ans, 81,5 % chez les CSP- et 81,9 % en région parisienne. 54,3 % du public regarde des programmes en TVR au moins une fois par semaine, 28,2 % au moins une fois par mois et moins d'une fois par semaine et 17,4 % moins d'une fois par mois.

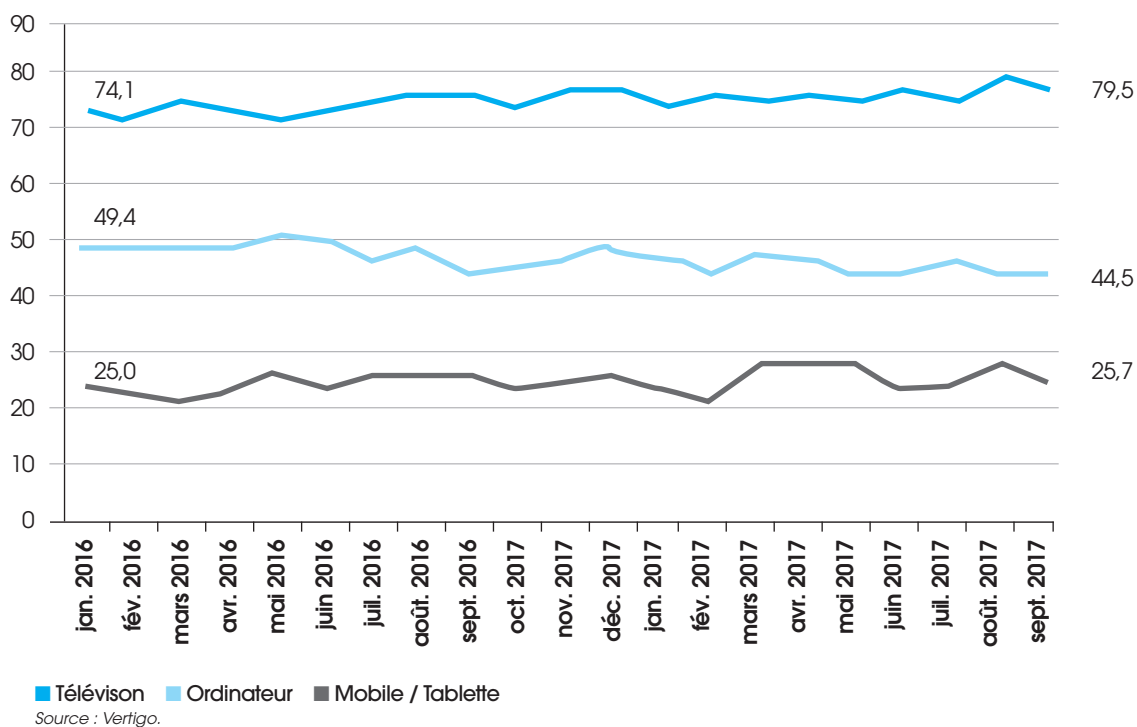
Sur les 30 derniers jours, la pénétration de la TVR s'établit à 71,1 % des internautes en septembre 2017 (-0,9 point par rapport à août 2017). 79,5 % des utilisateurs regardent des programmes en TVR sur un téléviseur, 44,5 % sur un ordinateur, 25,7 % sur un appareil mobile dont 16,6 % sur une tablette et 14,8 % sur un téléphone.

93,9 % du public regarde en TVR des programmes des chaînes historiques, 32,2 % des programmes des chaînes TNT et 15,4 % des programmes des chaînes TNT HD. TF1 est la chaîne la plus regardée en TVR (57,8 % du public) devant M6 (46,5 %) et France 2 (30,1 %). Parmi les chaînes TNT, la première place est occupée par W9 (13,3 %) devant C8 (8,1 %).

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



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



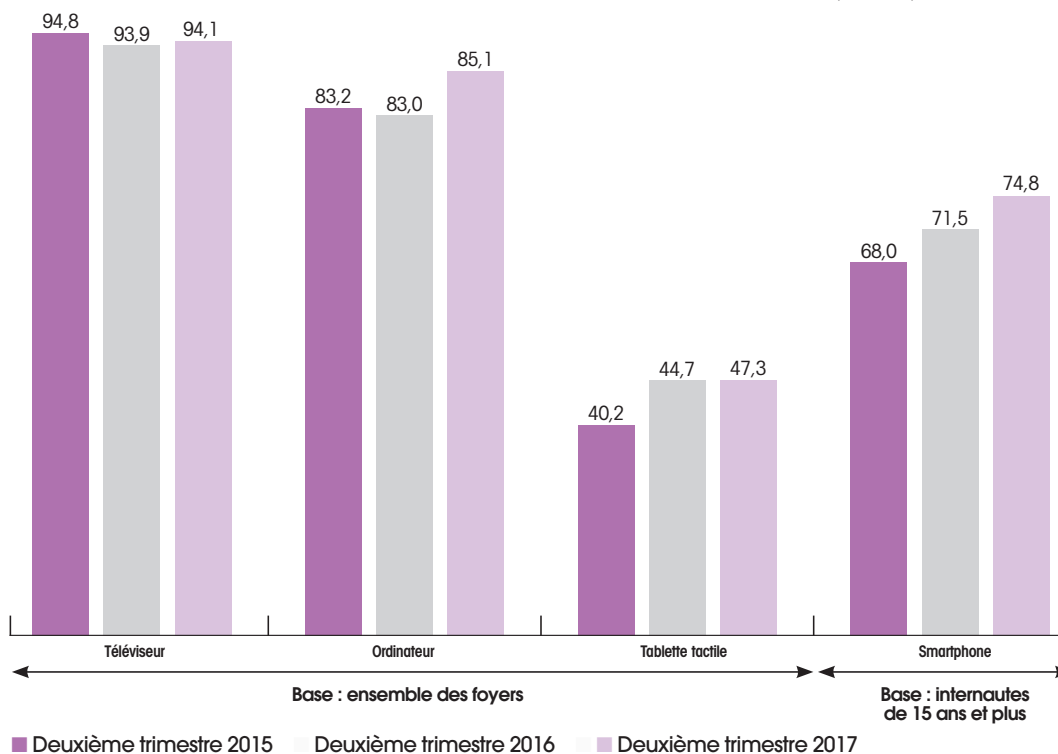
En septembre 2017, 79,5 % des utilisateurs regardent des programmes en télévision de rattrapage sur un téléviseur, 44,5 % sur un ordinateur et 25,7 % sur un appareil mobile.

LES MODES DE RÉCEPTION DE LA TÉLÉVISION NUMÉRIQUE EN FRANCE

1. LE MARCHÉ DES RÉCEPTEURS

Les écrans se multiplient au sein des foyers : au deuxième trimestre 2017, le nombre moyen d'écrans par foyer permettant de consommer de la vidéo était de 5,5 ⁽¹⁾.

ÉVOLUTION DE L'ÉQUIPEMENT AUDIOVISUEL DES FOYERS (en %)



Source : Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers. CSA en partenariat avec la DGE, la DGMIC et l'ANFR. S2 2017.

Le téléviseur demeure toutefois et de loin l'écran le plus présent, avec un taux de pénétration dans les foyers de 94,1 % sur cette même période ⁽²⁾. Néanmoins, ce taux est en baisse depuis 2013 (-4 %) et la pénétration des ordinateurs, et surtout celle des tablettes et des smartphones ⁽³⁾, est en progression constante. 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.

Au deuxième trimestre 2017, 74,8 % des internautes de plus de 15 ans sont équipés d'un smartphone, contre 71,5 % un an auparavant. La progression de la pénétration des tablettes est elle aussi notable : 47,3 % des foyers sont équipés d'une tablette au deuxième trimestre 2017, contre moins de 5 % en 2011. Le taux de pénétration des ordinateurs continue sa progression pour atteindre 85,1 % de foyers, contre 83,0 % un an auparavant ⁽⁴⁾.

2. LES MODES DE RÉCEPTION

Le développement de la consommation de programmes audiovisuels sur d'autres écrans que le téléviseur se poursuit : fin 2016, 26 millions de Français de 15 ans et plus déclarent avoir regardé des programmes de télévision (en direct ou en rattrapage) sur un autre écran que celui de la télévision (ordinateur, tablette ou smartphone) ⁽⁵⁾.

⁽¹⁾ ⁽⁴⁾ Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers. CSA en partenariat avec la DGE, la DGMIC et l'ANFR. T2 2017.

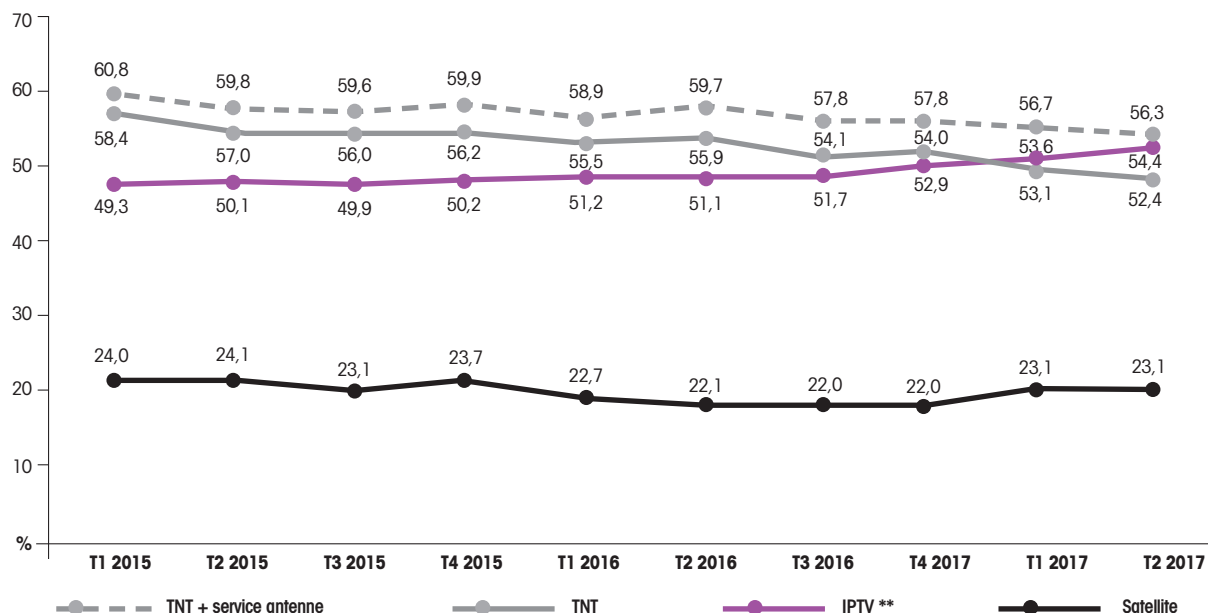
⁽²⁾ Ibid.

⁽³⁾ Le taux de pénétration des smartphones est calculé sur une base internautes et non foyers comme les trois autres écrans.

⁽⁵⁾ Source : Médiamétrie, Global TV, octobre-décembre 2016.

Il demeure néanmoins pertinent de continuer à observer les évolutions de la pénétration au niveau des foyers des différents modes de réception de la télévision sur le téléviseur qui demeure le premier écran de consommation de ces programmes ⁽⁶⁾.

ÉVOLUTION DE LA PÉNÉTRATION DES MODES DE RÉCEPTION DE LA TÉLÉVISION DANS LES FOYERS MÉTROPOLITAINS



Source : Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers. CSA en partenariat avec la DGE, la DGMIC et l'ANFR. T2 2017
 * Télévision Numérique Terrestre + service-antenne (câble utilisant le signal hertzien terrestre).
 ** Internet Protocol Television (IPTV) reçue grâce aux réseaux ADSL, câble par abonnement et fibre optique.

LA RÉCEPTION MODE PAR MODE

La TNT poursuit depuis plusieurs années une tendance à la baisse : elle a perdu 6,2 % en un an et 12 % en 5 ans. Cependant, au deuxième trimestre 2017, 52,4 % des foyers métropolitains équipés d'au moins un téléviseur, soit 14 millions de foyers, utilisaient toujours la TNT pour regarder la télévision.

Câble, ADSL et fibre optique

Au deuxième trimestre 2017, 54,4 % des foyers équipés d'un téléviseur recevaient la télévision grâce aux réseaux internet fixe, soit une augmentation de 6,4 % 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.

Au deuxième trimestre 2017, 8,9 millions de logements sont éligibles au très haut débit en fibre de bout en bout (première carte ci-après), 9 millions de logements sont éligibles au très haut débit à terminaison en câble coaxial (deuxième carte) et 5,7 millions sont éligibles au VDSL2 ⁽⁷⁾.

Sur la base d'un débit internet minimum de 4 Mbits/s nécessaire pour recevoir la télévision par internet ⁽⁸⁾, près de 86 % des lignes offrent la possibilité d'accéder à des services audiovisuels dans le cadre d'un abonnement internet fin 2016 ⁽⁹⁾.

Le nombre d'abonnements couplant l'internet et la télévision continue ainsi de progresser. Au deuxième trimestre 2017, le nombre d'abonnements multi-play offrant un service audiovisuel s'élève à 19,7 millions, soit une augmentation de 328 000 abonnements en un an (+2 %). Les trois-quarts de ces accès sont fournis à l'utilisateur à partir d'une ligne en cuivre (ADSL, ADSL+, VDSL2).

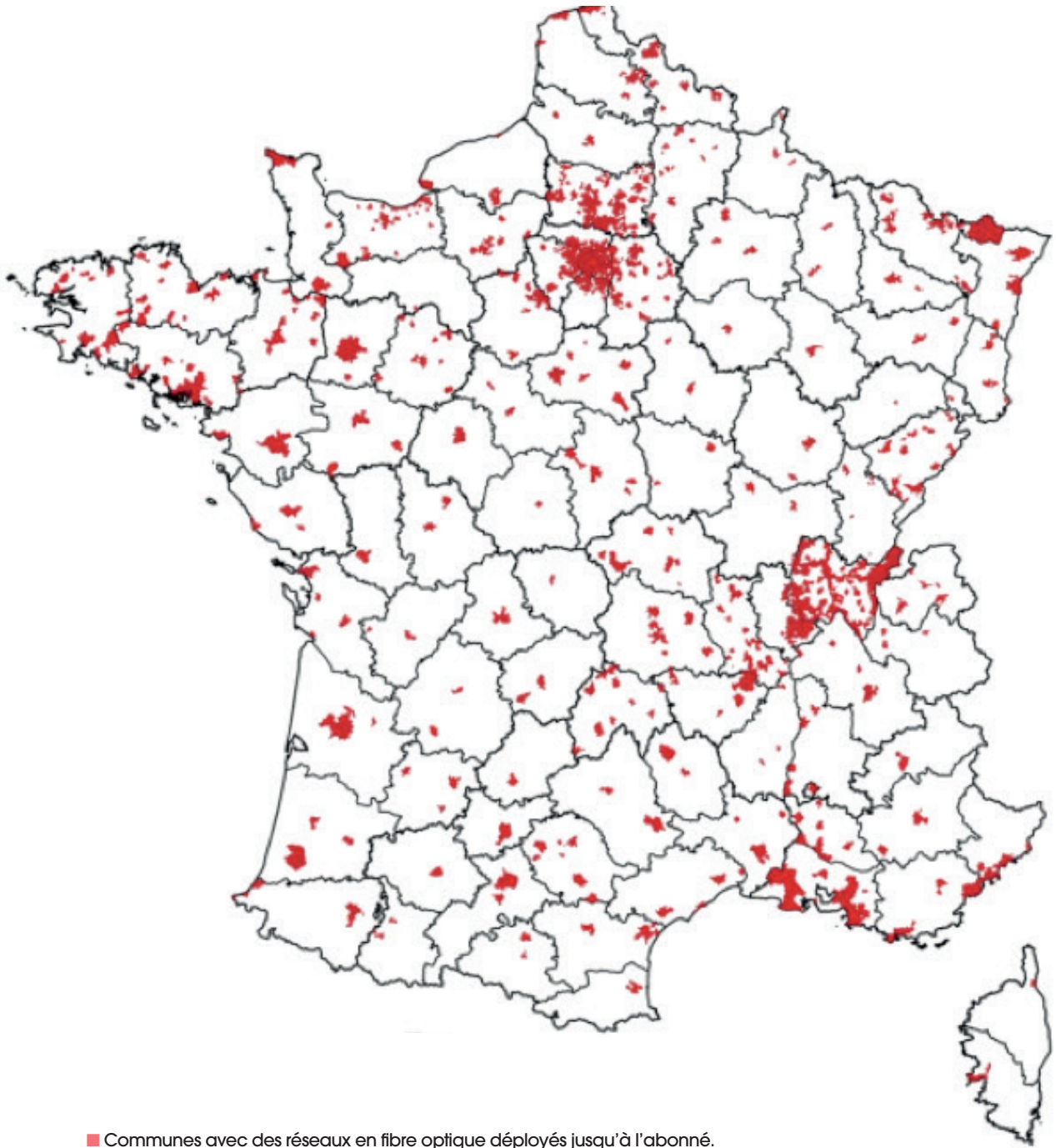
⁽⁶⁾ 92 % de la durée d'écoute quotidienne des Français se concentre sur le téléviseur, que ce soit pour des programmes en direct ou en rattrapage (source : Médiamétrie, L'année TV 2016, 25 janvier 2017).

⁽⁷⁾ Version améliorée de l'ADSL, offrant des débits supérieurs.

⁽⁸⁾ Consultation publique du 27 juillet au 22 septembre 2017. Analyse du marché 3b : marché pertinent du haut et du très haut débit fixe. ARCEP, Juillet 2017.

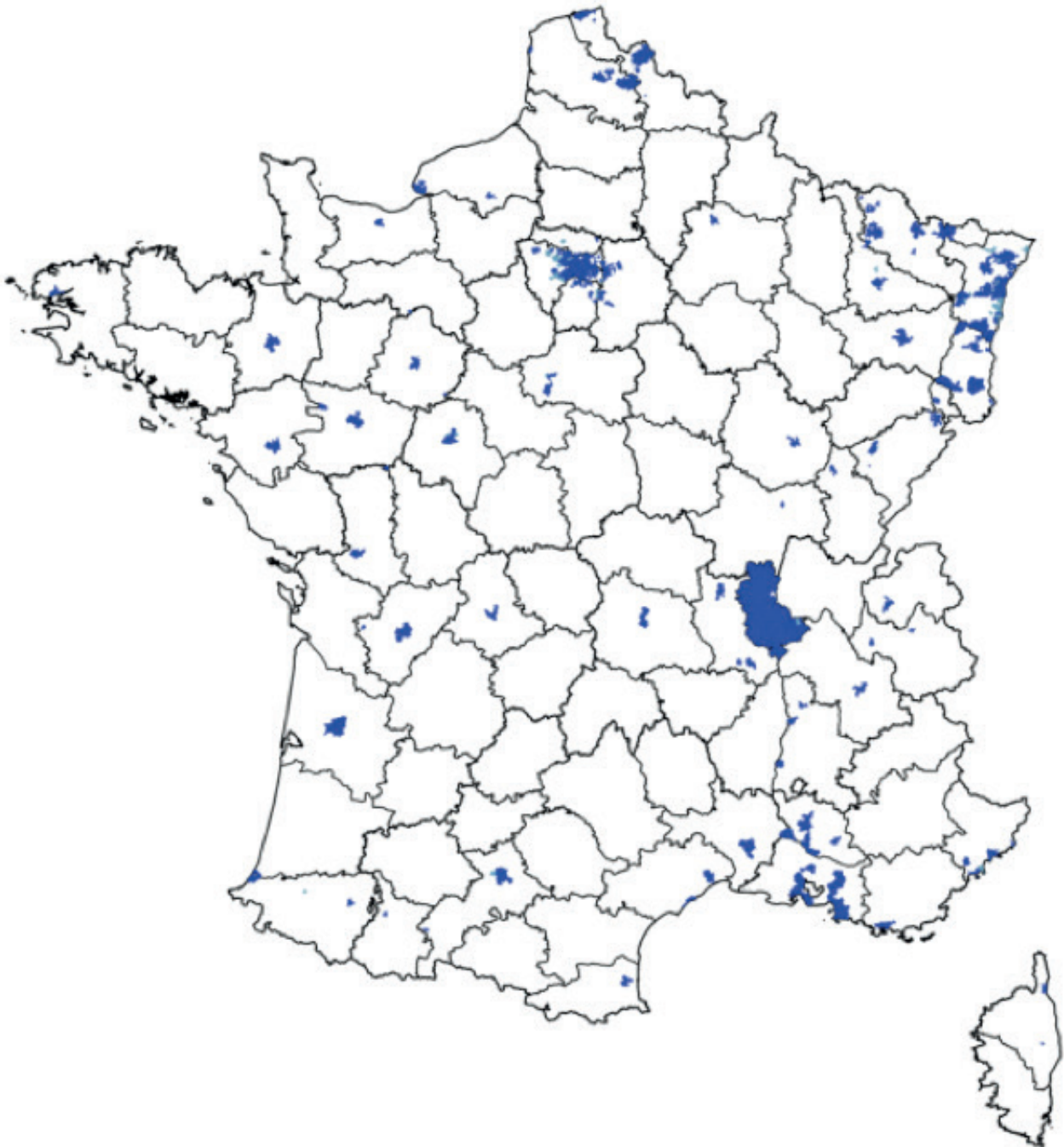
⁽⁹⁾ Estimation CSA sur la base des données de l'ARCEP.

DÉPLOIEMENTS DES RÉSEAUX EN FIBRE OPTIQUE DE BOUT EN BOUT AU 30 JUIN 2017



Source : Observatoire des marchés des communications électroniques, services fixes haut et très haut débit (déploiements). ARCEP, T2 2017.
Carte interactive de la couverture FTTH en France disponible à l'adresse <https://cartefibre.arcep.fr>

DÉPLOIEMENT DES RÉSEAUX À TERMINAISON EN CÂBLE COAXIAL (THD) AU 30 JUIN 2017



- 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 : Observatoire des marchés des communications électroniques, services fixes haut et très haut débit (déploiements). ARCEP, T2 2017.
Carte interactive de la couverture FTTH en France disponible à l'adresse <https://cartefibre.arcep.fr>

Réception satellitaire

Au deuxième trimestre 2017, 23,1 % des foyers équipés d'au moins un téléviseur disposent d'une réception par satellite, soit 6,2 millions de foyers. Après une tendance à la baisse, le taux de réception hertzienne satellitaire connaît une légère hausse sur les deux derniers trimestres, porté par la réception satellitaire gratuite qui a augmenté de 12 % depuis le quatrième trimestre 2016, pour atteindre 14,6 % des foyers équipés d'au moins un téléviseur (soit 3,9 millions de foyers équipés TV). La réception satellitaire par abonnement concerne quant à elle 8,4 % des foyers équipés d'un téléviseur.

3. NOMBRE DE FOYERS ABONNÉS À UNE OFFRE PAYANTE DE RÉCEPTION MULTICHAÎNES

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel estime que le nombre de foyers de France métropolitaine ayant souscrit à une offre d'accès payante à la télévision atteint, au deuxième trimestre 2017, 16,7 millions de foyers (+700 000 par rapport au dernier trimestre 2016), soit 62,8 % des foyers équipés d'au moins un téléviseur (+2,3 points).

RÉPARTITION PAR SUPPORT DES FOYERS ABONNÉS À UNE OFFRE D'ACCÈS PAYANTE À LA TÉLÉVISION AU DEUXIÈME TRIMESTRE 2017 (hors TNT payante)

	Nombre d'abonnés par support (en millions)	Part de foyers abonnés sur le nombre de foyers équipés d'au moins un téléviseur (en %)
Satellite avec abonnement	2,2	8,4 %
ADSL, câble, fibre optique	14,5	54,4 %
TOTAL	16,7	62,8 %

Source : Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers, CSA en partenariat avec la DGE, la DGMIC et l'ANFR. S2 2017.

LA DISTRIBUTION DES CHAÎNES NUMÉRIQUES

1. LES OFFRES DISPONIBLES EN MODE HERTZIEN TERRESTRE NUMÉRIQUE

Au 31 décembre 2017, l'offre de chaînes nationales en mode hertzien terrestre numérique est composée de 26 chaînes gratuites et de 5 chaînes payantes.

Le 5 avril 2016, la télévision numérique terrestre s'est modernisée en accélérant la généralisation de la HD à l'occasion du transfert de la bande de fréquence dite des « 700 MHz » aux services haut-débit mobiles. Cette évolution a été rendue possible par l'arrêt de la norme MPEG-2 et la généralisation du MPEG-4 pour l'ensemble des chaînes de la TNT.

Dorénavant, 27 services nationaux sont diffusés en HD sur la TNT, dont l'ensemble des chaînes nationales gratuites (à l'exception de LCI, de France Ô et de franceinfo;) et l'ensemble des chaînes payantes (sauf Paris Première).

CHAÎNES DIFFUSÉES EN NUMÉRIQUE TERRESTRE (au 31 décembre 2017)

LES CHAÎNES NATIONALES PUBLIQUES GRATUITES	LES CHAÎNES NATIONALES PRIVÉES GRATUITES	LES CHAÎNES NATIONALES PAYANTES	LES OFFRES PAYANTES (au 31 décembre 2017)
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 C News CStar NRJ12 TMC TFX (ex- NT1) Gulli TF1 Séries Films (ex- HD1) 6ter Numéro 23 RMC Découverte Chérie 25 LCI La Chaîne l'Équipe.	Canal+ Canal+ Cinéma Canal+ Sport Planète+ Paris Première.	Offre de Canal+ à 39,90 €/mois : trois chaînes accessibles par la TNT (Canal+, Canal+ Sport et Canal+ Cinéma) et trois chaînes disponibles sur internet (Canal+ Family, Canal+ séries et Canal+ Décalé). Peut être complétée par le « mini pack » (Planète+, LCI et Paris Première).

2. LES OFFRES DISPONIBLES PAR SATELLITE

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 celles 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 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 26 chaînes gratuites de la TNT + les 24 chaînes régionales de France 3 ; • 12 chaînes supplémentaires en français, thématiques et locales (RT France, TV5 Monde, FBS, KTO, QVC, BIS Promo, Mont Blanc Live TV, DICI TV, Vosges Télévision, ETB1, ETB3, les 3 chaînes Fransat ultra HD) ; • 20 radios généralistes et thématiques nationales et internationales et les radios locales France Bleu. 	1 parabole + 1 un décodeur HD TV satellite obligatoirement labellisé FRANSAT parmi la centaine de modèles proposés + 1 carte d'accès FRANSAT	Posséder une parabole orientée sur le satellite EutelsatSWA. (FRANSAT propose également des offres payantes).
TNT SAT	<ul style="list-style-type: none"> • Les 26 chaînes gratuites de la TNT + les 24 chaînes régionales de France 3 ; • 6 chaînes supplémentaires en français (France 24, Euronews, TV5 Monde, BFM Business, CCTV, M6 Boutique) ; • radios françaises (quasi intégralité de la bande FM) ; • 460 TV et radios internationales. 	1 parabole + un décodeur TV satellite obligatoirement labellisé TNT SAT parmi la centaine de modèles proposés + 1 carte TNT SAT.	Posséder une parabole orientée vers les satellites ASTRA 1.

LES OFFRES PAYANTES

OPÉRATEUR	OFFRE	PRIX
BIS TÉLÉVISIONS (AB GROUP)	<ul style="list-style-type: none"> Toutes les chaînes de la TNT ; une sélection de chaînes du satellite ; 500 chaînes et TV internationales (diffusées via Eutelsat et le décodeur). En option : <ul style="list-style-type: none"> Panorama : 12 chaînes ; CinéSport : 4 chaînes ; Night : 2 chaînes ; beIN SPORTS : 3 chaînes. 	<ul style="list-style-type: none"> Option Panorama : 4,99 €/mois ; option CinéSport : 4,99 €/mois ; option beIN SPORTS : 14,99 €/mois ; option Night : 4,99 €/mois (les options sont cumulables) ; Offre Ultimium : Panorama + CinéSport + Night : 13,99 €/mois.
FRANSAT (EUTELSAT) ET BIS TÉLÉVISIONS	<ul style="list-style-type: none"> Le pack « Cinéma » : OCS, Altice Studio ; le pack « Sport » : beIN SPORTS, SFR Sport ; le pack « Musique » : Melody ; le pack « Jeunesse » : Boing, Boomerang, Toonami, Canal J, Tiji ; le pack « Famille » : Bis TV (16 chaînes thématiques possibles, avec les options Panorama ; CinéSport ; Night ; beIN SPORTS). 	<ul style="list-style-type: none"> Le pack « Cinéma » : 12 €/mois ; le pack « Sport » : 14,99 €/mois ; le pack « Musique » : 4,5 €/mois ; le pack « Jeunesse » : 6 €/mois ; Bis TV, option Panorama : 4,99 €/mois ; Bis TV, option CinéSport : 4,99 €/mois ; Bis TV, option Night : 4,99 €/mois ; Bis TV, option beIN SPORTS : 14,99 €/mois.
ORANGE SAT	<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 ; TV Haute Définition ; TV d'Orange sur ordinateur, smartphone, tablette. En option : <ul style="list-style-type: none"> bouquets de chaînes thématiques ; enregistreur TV ; multi TV. 	<p>Les bouquets de chaînes thématiques disponibles en option coûtent entre 4,50 € à 24,99 €/mois, avec des remises possibles.</p> <p>Le bouquet « intense » réunissant l'ensemble des bouquets proposés coûte 49 €/mois.</p>
CANAL+	<p>1- Offres comportant les chaînes Canal+ :</p> <ul style="list-style-type: none"> Pack Essentiel (Canal+ et Canal+ Décalé, les chaînes de la TNT, 12 chaînes info et lifestyle) ; Pack Essentiel Famille (pack Essentiel, Canal+Family et plus de 50 chaînes Divertissement, Découverte, Jeunesse, Musique). <p>A ces deux packs peuvent être rajoutées :</p> <ul style="list-style-type: none"> les chaînes Ciné Séries (Canal+ Cinéma, Canal+ Séries, Ciné+, OCS, Disney Cinéma, TCM et Paramount Channel) ; les chaînes Sport (Canal+ Sport, beIN SPORTS, Eurosport et 11 autres chaînes sportives) ; les chaînes Canal+ (Canal+Cinéma, Canal+Séries, Canal+Sport, Canal+Family). <p>Par ailleurs sont proposés des abonnements mixant ces offres :</p> <ul style="list-style-type: none"> Pack Essentiel et les chaînes CinéSéries et Sport ; Pack Essentiel intégral : intégralité des chaînes proposées. <p>Options :</p> <ul style="list-style-type: none"> chaînes à la carte ; Canal+ 18 (packs chaînes adulte) ; Crescendo (packs thématiques). <p>Pour tous les programmes :</p> <ul style="list-style-type: none"> multi-écran MyCanal ; enregistrement et contrôle du direct ; Canal à la demande ; Eurêka : propose des programmes après l'analyse des habitudes de l'utilisateur ; Campus : moteur de recommandation éducatif. <p>1- Offres ne comportant les chaînes Canal+ :</p> <ul style="list-style-type: none"> Pack Panorama : une cinquantaine de chaînes thématiques. 	<ul style="list-style-type: none"> Pack Essentiel : 19,90 € ou 24,90 €/mois ;⁽¹⁾ Essentiel Famille : 34,90 € ; <ul style="list-style-type: none"> les chaînes CinéSéries : +20 €/mois ; les chaînes Sport : +30 €/mois ; les chaînes Canal+ : +15 €/mois. <p>Pack Essentiel et les chaînes CinéSéries et Sport : 69,90 € ou 74,90 €/mois. Pack Essentiel intégral : 109,90 € ou 79,90 €/mois.</p> <p>Options :</p> <ul style="list-style-type: none"> chaînes à la carte : entre 4 et 14 €/mois ; Canal+ 18 (packs chaînes adulte) : entre 6 et 20 €/mois ; Crescendo (packs thématiques) : à partir de 12 €/mois ; L'Intégrale : 69,90 €/mois ; parabole et installation offerte ; décodeur Le Cube en location à 6 €/mois. <p>Pack Panorama : 19,90 € ou 24,90 €/mois.</p>
TNT SAT	Offres avec les chaînes Canal+ telles que présentées ci-dessus (avec Le Cube).	

⁽¹⁾ Les prix les moins élevés sont pour un abonnement de deux ans, les prix les plus élevés sont pour un abonnement d'un an.

3. LES OFFRES DISPONIBLES PAR LES RÉSEAUX DES FOURNISSEURS D'ACCÈS À INTERNET ⁽²⁾ (ADSL, fibre, câble, réseaux mobiles)

LES OFFRES TRIPLE-PLAY

ALICE	
Offre triple-play (accès internet-télévision-téléphone fixe)	<ul style="list-style-type: none"> • ADSL : Alice Box Initial à 9,99 €/mois ; • fibre : pas d'offre.
Service de TV (IPTV)	Compris sans majoration.
Nombre de chaînes	Plus de 90 chaînes (chaînes généralistes, chaînes de la TNT, chaîne locales).
Bouquets Offres complémentaires VàD - TVR Autres services	Pas de service complémentaire.

FREE	
Offre triple-play (accès internet-télévision-téléphone fixe)	<ul style="list-style-type: none"> • Freebox mini 4k : 29,99 €/mois ; • Freebox Révolution : avec TV by Canal (bouquet Panorama édité par GCP, 50 chaînes) : 39,99 €/mois. Sans TV by Canal : 37,99 €/mois.
Service de TV (IPTV)	Compris : <ul style="list-style-type: none"> • mini 4k : Freebox TV, comprenant plus de 230 chaînes TV ; • Révolution : plus de 270 chaînes, dont Freebox TV et les chaînes TV by Canal Panorama.
Nombre de chaînes	Plus de 500 chaînes dont 230 incluses dans l'option Free.
Bouquets	<ul style="list-style-type: none"> • 54 packs dont 24 consacrés à des chaînes étrangères entre 3,99 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 et thématiques. • Chaînes regroupées autour de 23 thématiques.
Offres complémentaires	Offres avec les chaînes Canal+ (voir p 21).
VàD - TVR	13 services de vidéo à la demande et de vidéo à la demande par abonnement.

ORANGE	
Offre triple-play (accès internet-télévision-téléphone fixe)	<ul style="list-style-type: none"> • ADSL : Livebox Zen à partir de 28,99 €/mois ; • Fibre : Livebox Zen fibre à partir de 38,99 €/mois.
Service de TV (IPTV)	Compris dans le triple-play sans majoration (location de la Livebox à 3 €/mois).
Nombre de chaînes	160 chaînes dont 37 en HD.
Bouquets	<p>27 bouquets :</p> <ul style="list-style-type: none"> • 2 bouquets sport : « beIN SPORTS » à 15 €/mois, « Bouquet Sports Max » à 19 €/mois ; • 2 bouquets cinéma/séries : « Bouquet Ciné Séries » (OCS) à 13 €/mois, « Bouquet Ciné Séries Max » (Ciné+) à 21 €/mois ; • 3 bouquets musique : « Izneo » à 10 €/mois, « Bouquet Musique classique » à 10 €/mois, « Melody » à 4,50 €/mois ; • 2 bouquets famille « Famille » à 12 € et « Famille by Canal » à 25 €/mois en ADSL ; • 15 bouquets « international » entre 3 et 13 €/mois ; • 3 bouquets « charme et adulte » entre 12,99 et 24,99 €/mois ; • un bouquet « intense » réunissant l'ensemble des bouquets proposés coûte 49 €/mois. <p>Pour les abonnés à l'offre Livebox Fibre :</p> <ul style="list-style-type: none"> • bouquet « Famille by Canal » à 12 €/mois (qui correspond au bouquet Panorama proposé par Canal+ sans les chaînes sportives).
Offres complémentaires	<ul style="list-style-type: none"> • Offres avec les chaînes Canal+ (voir p 21) ; • Bouquet Panorama.
VàD - TVR	<ul style="list-style-type: none"> • TVR : TV à la demande : nombreuses chaînes incluses dans le triple-play ; • 15 000 vidéos à la demande ; • 10 pass vidéos en illimité : « Canal play » à 9,99 €/mois, « Netflix » à partir de 7,99 €/mois, « FilmoTV » à 6,99 €/mois, « TFou Max » à 16 €/mois, « iConcerts » à 16 €/mois, « Disney Channel Pop Pick Play » à 16 €/mois, « 100 % X illimité by Dorcel » à 25 €/mois, « My XXL » à 24,99 €/mois, « PinkX » à 24,99 €/mois, « AfroStream » à 6,99 €/mois.

⁽²⁾ A noter que d'autres opérateurs proposent les services de télévision dans les DOM : Orange ; MTCV / WSG, outremer et SRR (groupe SFR) ; Médiaserv (Canal+telecom) ; et Mobius (La Réunion).

BOUYGUES TELECOM	
Offre triple-play (tarif d'entrée accès internet-télévision-téléphone fixe)	<ul style="list-style-type: none"> • ADSL : Bbox à 19,99 €/mois ; • Fibre : Bbox Miami à 27,99 €/mois ; • Fibre : Bbox Miami + à 77,99 €/mois.
Service de TV (IPTV)	Compris dans le triple-play sans majoration (location de la box à 3 €/mois).
Nombre de chaînes	Plus de 170 chaînes incluses dont 41 en HD ; 215 chaînes en option.
Bouquets	<ul style="list-style-type: none"> • Bouquet « Canal+ Essentiel » à 19,90 €/mois ; • bouquet « Canal+ Essentiel Famille » à 29,90 €/mois ; • bouquet « Jeunesse » à 7,99 €/mois ; • bouquet « Bbox Grand Angle » à 13,99 €/mois ; • bouquet « TV OCS » à 12 €/mois ; • bouquet « TV beIN SPORTS » à 14,99 €/mois ; • bouquet « Bbox Ciné » à 14,99 €/mois ; • bouquet « Bbox Grand Ciné » à 16,90 €/mois ; • bouquet « adulte » à 11 €/mois ; • bouquet « Penthouse HD » à 9,90 €/mois ; • bouquet « 2Xgay » à 12,90 €/mois ; • bouquet « Dorcel TV » à 7,90 €/mois ; • bouquet « M6 Music » à 2,50 €/mois ; • 16 bouquet internationaux à partir de 4,99 €/mois ; 10 chaînes à l'unité à partir de 1 €/mois.
Offres complémentaires	Offres avec les chaînes Canal+ (voir p 21).
VàD - TVR	<ul style="list-style-type: none"> • 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	<ul style="list-style-type: none"> • TV sur tablette, smartphone et ordinateur avec l'application Btv ; enregistreur numérique et contrôle du direct ; chaînes favorites ; multi-tv.

SFR - NUMERICABLE	
Offre triple-play (accès internet-télévision-téléphone fixe)	<ul style="list-style-type: none"> • Box Starter : 34,99 €/mois ; • Box Power : 44,99 €/mois ; • Box Power+ : 54,99 €/mois.
Service de TV (IPTV)	Compris dans le triple-play sans majoration (location de la box à 3 €/mois).
Nombre de chaînes	200 chaînes.
Bouquets	<ul style="list-style-type: none"> • 4 « Pass » : Pass Sport à 6 €/mois ; Pass Découverte à 10 €/mois ; Pass Jeunesse à 10 €/mois ; Pass Cinéma à 13,99 €/mois ; • beIN SPORTS à 14,99 €/mois et OCS à 12,99 €/mois ; • 37 bouquets organisés autour de chaînes étrangères. <p>Seulement en technologie Fiber To The Building (ancienne offre Numericable) :</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 ; 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 ; • 24 bouquets organisés autour de chaînes étrangères ; • bouquets musique : « Pack Mezzo » à 3,50 €/mois et Melody à 5,5 €/mois ; • 15 « bouquets adultes ».
Offres complémentaires	• Offres avec les chaînes Canal+ (voir p 21).
VàD - TVR	<ul style="list-style-type: none"> • TVR : TV à la demande ; • VàD : plus de 10 000 programmes VOD SFR Play (gratuit dans l'offre Power), catalogue complet à 38 000 à la carte (à partir de 0,99 €/mois à l'unité en location) ou en illimité avec les Pass entre 1,99 €/mois et 24,99 €/mois.

VIDEOFUTUR	
Offre triple-play (accès internet-télévision-téléphone fixe)	<ul style="list-style-type: none"> • Box VIDEOFUTUR UHD 4K : 39,90 €/mois ; • offre Fibre jusqu'à 1Gb/s disponible sur les Réseaux d'Initiative Publique (RIP).
Service de TV (IPTV)	Chaînes de télévision, services de Replay, SVOD illimité et VOD.
Nombre de chaînes	Plus de 110 chaînes, dont chaînes premium, thématiques, locales et internationales. 10 services de Replay.
Bouquets	<ul style="list-style-type: none"> • beIN SPORTS avec 3 chaînes et 7 canaux événementiels HD (15 €/mois sans engagement) ; • OCS avec 4 chaînes HD + Replay (12 €/mois sans engagement).
Offres complémentaires	<ul style="list-style-type: none"> • Portail d'applications TV (Youtube, Radioline, France24, Euronews...) ; • offre de téléphonie mobile (13,90 €/mois et 5Go d'internet en 4G. Appels, sms, mms illimités. Sans engagement).
VàD - TVR	<ul style="list-style-type: none"> • Service de SVOD illimité inclus dans l'offre : 1 000 films et séries jeunesse ; • 15 000 programmes en VOD à la carte (location ou achat à partir de 1 €).

LA POSTE MOBILE	
Offre triple-play (accès internet-télévision-téléphone fixe)	<ul style="list-style-type: none"> • La Fibre TV Plus avec accès à internet par la fibre FTTLA en utilisant le réseau câblé de Numericable. 36,99 €/mois, comprenant les 5 € de location de la box.
Service de TV (IPTV)	Compris dans le triple-play sans majoration.
Nombre de chaînes	<ul style="list-style-type: none"> • Jusqu'à 200 chaînes et services grâce au bouquet Power by Numericable (= bouquet SFR TV + chaînes SFR Sport + chaînes SFR News + accès au service SFR Presse), dont 50 chaînes HD ; • le bouquet Power Plus par Numericable inclut SFR Play (SFR Play TV 40 chaînes et services + SFR Play VOD illimitée).
Bouquets	<ul style="list-style-type: none"> • Bouquet SFR TV by Numericable 25,99 €/mois ; • SFR PLAY by Numericable 19,99 €/mois ; • SFR Presse by Numericable 19,99 €/mois ; • options à la carte de 2 € à 23,99 €/mois ; • Pass thématiques de 4,99 €/mois à 21,99 €/mois ; • options monde (bouquets internationaux) de 1,5 € à 49 €/mois ; • options adulte de 9,5 €/mois à 23,99 €/mois.
Offres complémentaires	• Offres avec les chaînes Canal+ (voir p 21), offres OCS, offres beIN SPORTS et 14 autres chaînes.
VàD - TVR	<ul style="list-style-type: none"> • Pass VOD illimités de 3,99 €/mois à 7,99 €/mois ; • 30 000 programmes accessibles en VàD ; • Pass VOD adulte de 17,99 €/mois à 24,99 €/mois.
Autres services	<ul style="list-style-type: none"> • Possibilité de regarder deux programmes avec la fonction Picture in Picture et d'enregistrer plusieurs émissions en simultané grâce aux 4 tuners TV ; • possibilité du contrôle du direct du programme regardé.

LES OFFRES QUADRUPLE PLAY

OPÉRATEUR	DÉSIGNATION DES FORFAITS	NOMBRE DE FORFAITS	PRIX MENSUEL DES FORFAITS	TYPE DE TARIFICATION	REMARQUES
Orange	Open	4	De 36,99 € à 99,99 €	Facturation « quadruple-play »	3 €/mois pour la location du décodeur
Sosh	Sosh mobile + Livebox	4	De 29,99 € à 49,99 €	Facturation « quadruple-play »	5 €/mois pour la location du décodeur
SFR	Multi-packs internet + mobile	7	De 44,99 € à 79,99 € (des forfaits internationaux existent pour des montants plus élevés).	Facturation d'un triple-play + mobile	<ul style="list-style-type: none"> • Calculé autour des abonnements mobiles ; • réductions de 4 € à 10 €/mois sur la box selon le forfait.

LES OFFRES DISPONIBLES SUR LES TERMINAUX CONNECTÉS MOBILES (smartphones, tablettes...)

Les chaînes sont accessibles dans les offres des opérateurs de télécommunications mobiles Orange, SFR et Bouygues Telecom. Le système de facturation à la minute, qui a prévalu lors du lancement de ces offres, a été remplacé par un système d'abonnement spécifique à ces chaînes ou inclus dans les forfaits d'accès à l'internet mobile en 3G et 4G.

OPÉRATEUR MOBILE	OPTION TV
Orange	Options télévisuelles proposées en supplément du forfait : <ul style="list-style-type: none"> • l'option « TV basic » : 30 chaînes généralistes et thématiques, TV à la demande, France TV et M6 Replay sur le mobile, plus de 3 500 vidéos à la demande à 1 €/mois ; • l'option OCS à 9,99 €/mois ; • l'option Netflix à partir de 7,99 €/mois.
SFR	« SFR TV » incluse dans certains forfaits.
Bouygues Telecom	<ul style="list-style-type: none"> • B.TV inclus dans les forfaits Sensation ; • option Canal Play Start incluse dans les forfaits Sensation 5 Go et + ; • option Netflix à partir de 7,99 €/mois.

4. LES OFFRES DISPONIBLES VIA L'INTERNET OUVERT (OTT : over-the-top) ⁽³⁾

DISTRIBUTEUR	OFFRES
Molotov	<ul style="list-style-type: none">• Offre gratuite : 34 chaînes gratuites, accès aux chaînes de la TNT en HD en live et en replay ;• option « Plus » à 3,99 €/mois : 100 heures d'enregistrements, 4 écrans en simultanés et en HD ;• option OCS 11,99 €/mois : 4 chaînes 100 % cinéma séries dont les séries HBO en exclusivité, programmes en replay ;• option Ciné+ : 9,99 €/mois, 6 chaînes aux thématiques variées ;• option Extended : 9,99 €/mois, offre étendue.
Vidéofutur	La box à 10 €/mois : TNT HD + Disney Channel, Paramount Channel, Game One, Equidia Live et son replay + Filmo TV Pass Ciné illimité + Illimité jeunesse + replay + V&D.

⁽³⁾ Ne sont présentées dans ce tableau que les offres proposées par des distributeurs à l'exclusion des offres OTT proposées directement par les éditeurs (comme les chaînes OCS proposées par Orange ou les offres avec les chaînes Canal+ proposées par GCP).

L'AUDIENCE DES CHAÎNES NUMÉRIQUES

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 l'ADSL.

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.

Depuis janvier 2011, Médiamétrie intègre dans les audiences des programmes les visionnages en différé effectués jusqu'à sept jours après leur diffusion, uniquement par enregistrement personnel ou par contrôle du direct. La mesure d'audience a, depuis octobre 2014, graduellement pris en compte les programmes visionnés sur téléviseur en télévision de rattrapage.

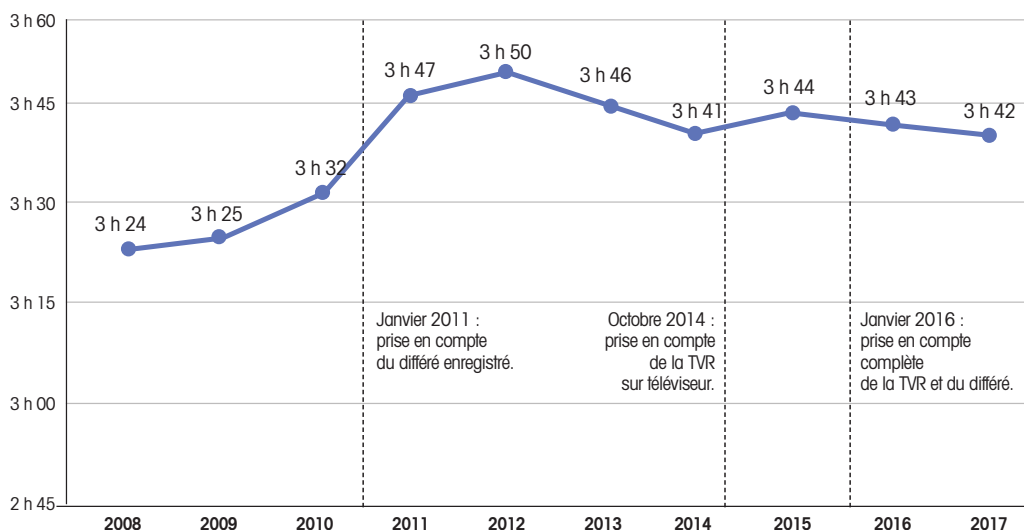
Ces nouvelles mesures s'appliquent à l'ensemble des chaînes depuis janvier 2016.

1. L'AUDIENCÉ DE LA TÉLÉVISION

En 2017, la durée d'écoute individuelle (DEI) de la télévision a baissé par rapport à 2016 : les Français ont passé en moyenne 3 heures et 42 minutes par jour à l'écoute de la télévision, soit une baisse de 1 minute. Elle demeure néanmoins à un niveau élevé.

Après avoir fortement augmenté de 1996 à 2012, la DEI est depuis 2012 en légère baisse, malgré l'élargissement de la mesure au différé et à la télévision de rattrapage.

DURÉE D'ÉCOUTE INDIVIDUELLE DE LA TÉLÉVISION PAR INDIVIDU DE 2008 À 2017



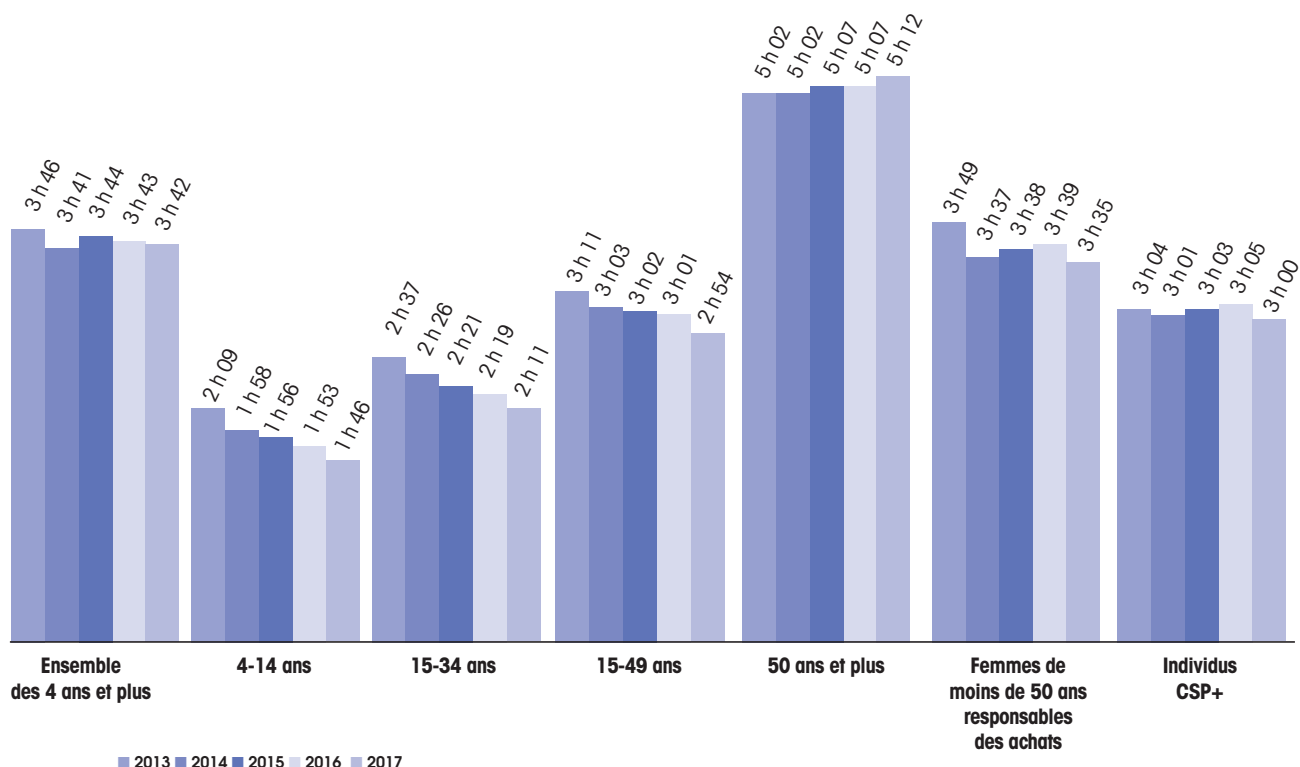
Source : Médiamétrie, Médiamat. Ensemble des individus de 4 ans et plus équipés de téléviseurs, France métropolitaine.

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 1 h 46 en 2017 pour les 4-14 ans à plus de 5 heures pour les 50 ans et plus avec une moyenne à 3 h 42 pour l'ensemble de la population (4 ans et plus). Les femmes responsables des achats de 15 à 49 ans se situent à un niveau proche de celui des 4 ans et plus (3 h 35 en 2017) et les individus CSP+ sont à un niveau inférieur (3 h en 2017).

Les catégories sociodémographiques les plus jeunes sont les plus affectées par une tendance baissière. Les 50 ans et plus sont la seule catégorie globalement en hausse. Les femmes responsables des achats de 15 à 49 ans et les individus CSP+ ont une DEI globalement stable.

ÉVOLUTION DE LA DURÉE D'ÉCOUTE INDIVIDUELLE QUOTIDIENNE DE LA TÉLÉVISION PAR CIBLE ENTRE 2013 ET 2017



Source : Médiamétrie, Médiamat. Ensemble des individus de plus de 4 ans 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. A la fin du mois de décembre 2017, le panel Médiamat était composé de 11 394 individus âgés de 4 ans et plus vivant dans 4 990 foyers. Ce panel est construit pour être représentatif des individus de plus de 4 ans résidant en France métropolitaine et possédant au moins un téléviseur dans leur résidence principale.

LE RECUIL DE L'AUDIENCE DES CHAÎNES HERTZIENNES « HISTORIQUES » DEPUIS 2008

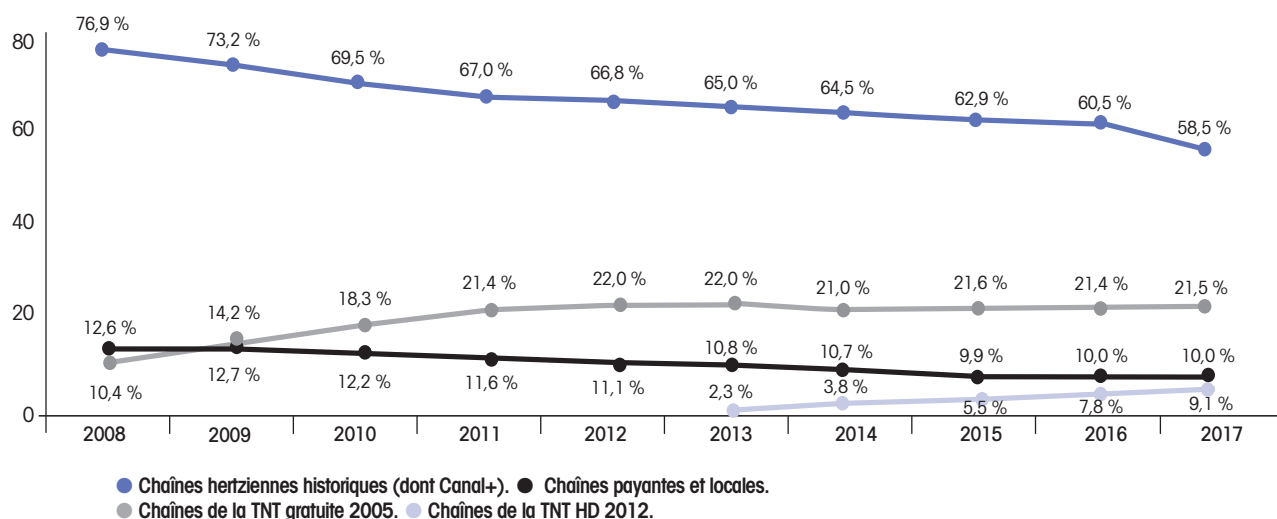
Alors que les chaînes hertziennes dites « historiques » (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6 et Arte) avaient déjà connu une première période d'érosion de leurs audiences due au développement de la télévision payante, le déploiement de nouvelles chaînes sur la TNT gratuite à partir de 2005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

Ainsi, la part d'audience agrégée des services historiques passe de 76,9 % en 2008 à 58,5 % en 2017, soit une baisse de 18,4 points. L'audience des chaînes payantes et locales est également en recul, passant d'une pda de 12,6 % en 2008 à une pda de 10 % en 2017 (soit une baisse de 2,6 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 21,5 %.

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 9,1 % en 2017.

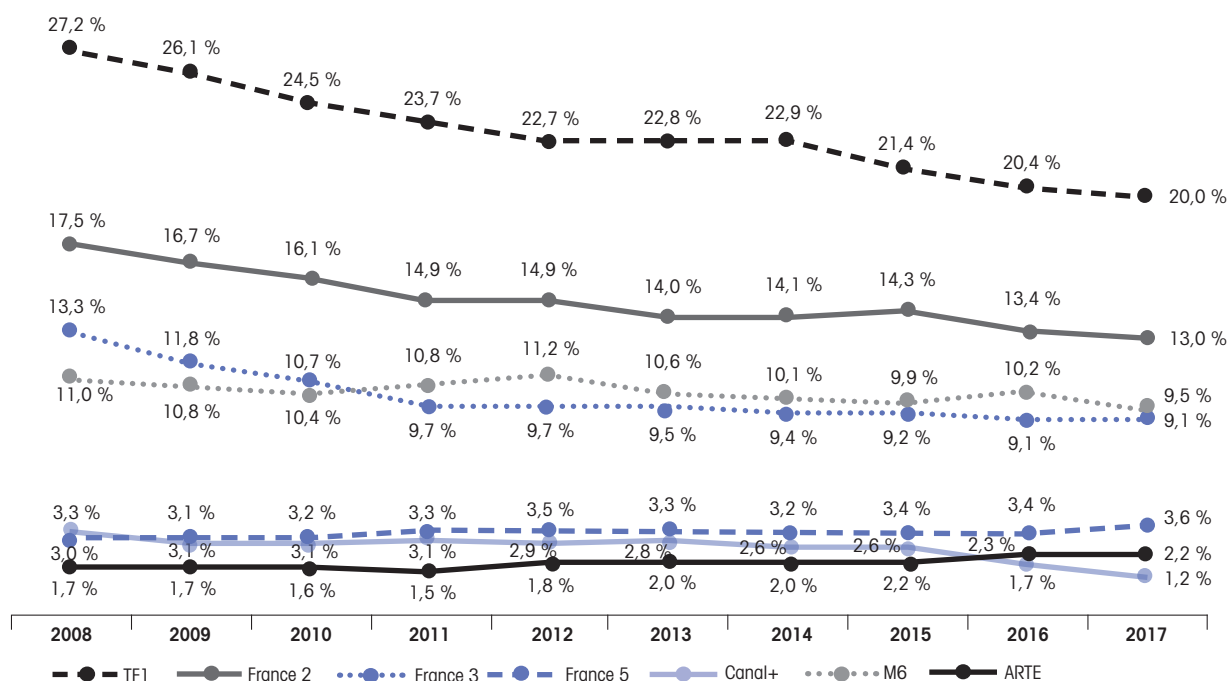
ÉVOLUTION DE LA PART D'AUDIENCE DES AGRÉGATS DE CHÂÎNES ENTRE 2008 ET 2017



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 (ex-NT1), NRJ12, LCP, France 4, BFM TV, CNews (ex-ITélé), CStar (ex-C8), Gulli, France Ô.
 Chaînes TNT 2012 : TF1 Séries Films (ex-HD1), La Chaîne L'Équipe, 6ter, Numéro 23, RMC Découverte, Chérie 25.

A l'exception de France 5 et Arte, les services historiques voient leur part d'audience baisser sur la période. De 2008 à 2017, TF1 a perdu 7,2 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. France 2 suit une tendance similaire et passe de 17,5 % à 13 % de pda entre 2008 et 2017 soit une baisse de 4,5 points. France 3 enregistre une diminution particulièrement importante de sa part d'audience entre 2008 à 2011 (3,6 points) qui s'est ensuite ralentie (-0,6 point de 2011 à 2017). Si M6 poursuit une tendance similaire sur l'ensemble de la période (-1,5 point), sa part d'audience enregistre toutefois des rebonds en 2011, 2012 et 2016. La chaîne atteint 9,5 % de part d'audience en 2017. Canal+ passe de 3,3 % à 1,2 % de part d'audience sur la période. Cette baisse est particulièrement significative depuis deux ans (-1,4 point entre 2015 et 2017). A contrario, France 5 gagne 0,6 point et Arte 0,5 point de part d'audience entre 2008 et 2017.

ÉVOLUTION DE LA PART D'AUDIENCE DES CHÂÎNES HISTORIQUES ENTRE 2008 ET 2017



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

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

Si de 2005 à 2012, l'audience des chaînes de la TNT 2005 n'a cessé d'augmenter, le lancement des chaînes de la TNT 2012 met fin à cette tendance.

En 2012, un duo de chaînes, TMC et W9, se hisse à la tête de l'ensemble, suivi ensuite par un groupe de six chaînes dont les parts d'audience annuelles s'établissent 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).

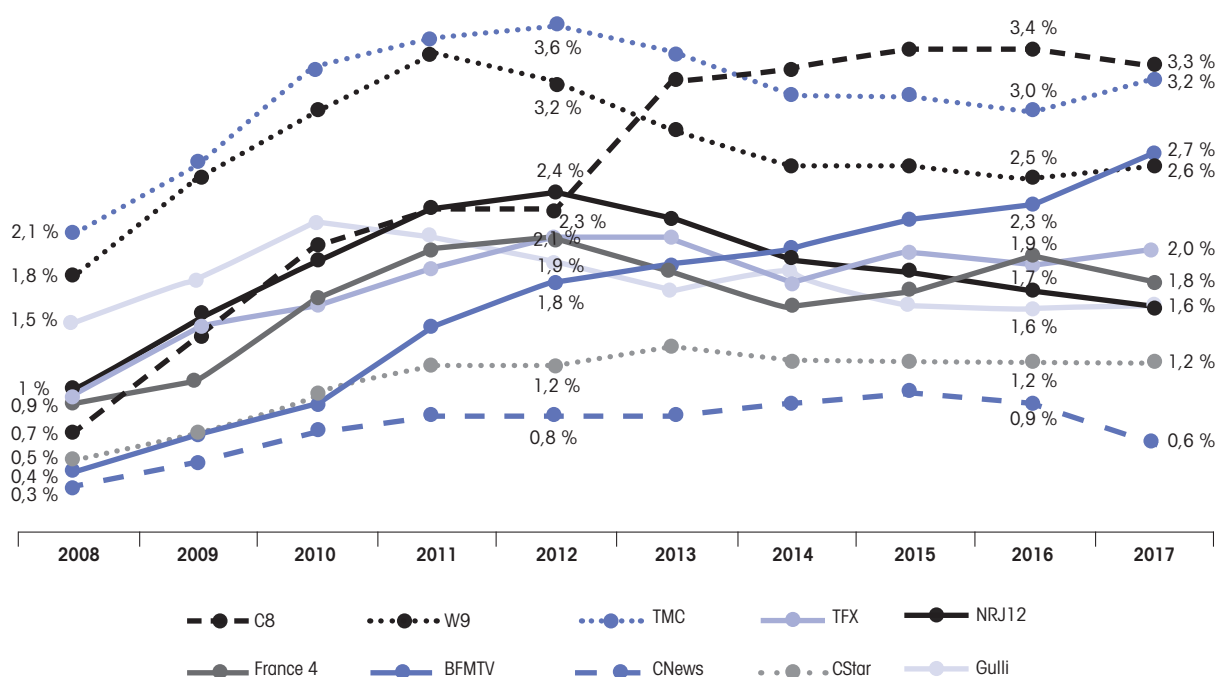
Le lancement de six nouvelles chaînes en décembre 2012 et l'évolution des grilles de programme de certaines des chaînes lancées en 2005 ont fait évoluer les équilibres au sein des chaînes dites de la TNT.

En 2017, l'univers « TNT » est dominé par C8, à 3,3 % de pda tandis que TMC et W9 connaissent un décrochage par rapport à 2012, avec des parts d'audience respectives de 3,2 % et 2,6 %. BFMTV a poursuivi sur une forte croissance passant de 1,8 à 2,7 % et se place devant W9. Si NRJ12 enregistre une forte baisse (-0,8 point) par rapport à 2012, les autres chaînes (i.e. TFX, France 4 et Gulli) enregistrent une légère décroissance de leur part d'audience (entre 0,1 et 0,3 point de baisse). CStar et CNews ferment toujours la marche des TNT 2005. CStar reste stable à 1,2 % de part d'audience et CNews recule de 0,3 point à 0,6 %.

Concernant les chaînes de la TNT 2012, elles sont toutes en croissance sur la période. Plusieurs d'entre elles rattrapent le peloton des chaînes de la TNT 2005. En particulier, RMC Découverte, TF1 Séries Films (ex-HD1) et 6ter atteignent respectivement 2,1 %, 1,9 % et 1,7 % de part d'audience en 2017. Chérie 25, La Chaîne L'Équipe et Numéro 23 dépassent 1 % de part d'audience.

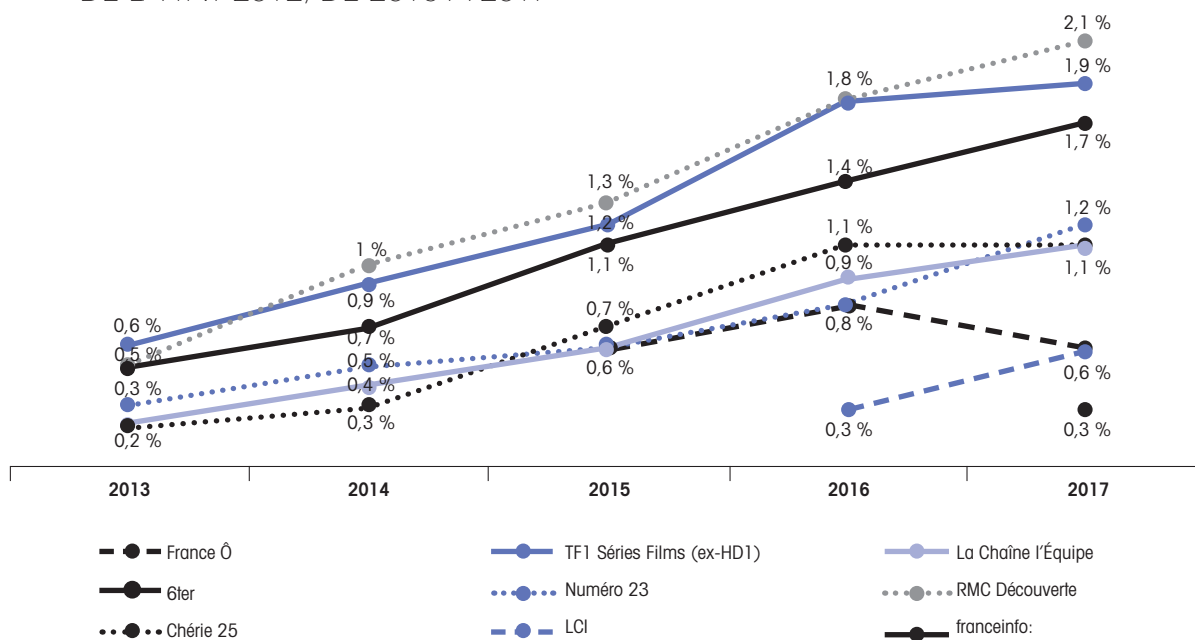
Enfin, France Ô, mesurée depuis 2014, ne progresse que de 0,1 point à 0,6 % de part d'audience. LCI, dont le passage en TNT gratuite s'est opéré en avril 2016, atteint elle aussi 0,6 % et franceinfo., mesurée depuis octobre 2017, enregistre 0,3 % de part d'audience sur cette fin d'année.

ÉVOLUTION DES PARTS D'AUDIENCE DES CHAÎNES GRATUITES DE LA TNT 2005, DE 2008 À 2017



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

ÉVOLUTION DES PARTS D'AUDIENCE DES CHAÎNES GRATUITES DE LA TNT 2012, DE 2013 À 2017



Source : Médiamétrie, Médiamat. Ensemble des individus de 4 ans et plus équipés de téléviseurs, France métropolitaine.
 Note : pour LCI, moyenne avril-décembre 2016 et pour franceinfo, moyenne octobre-décembre 2017.

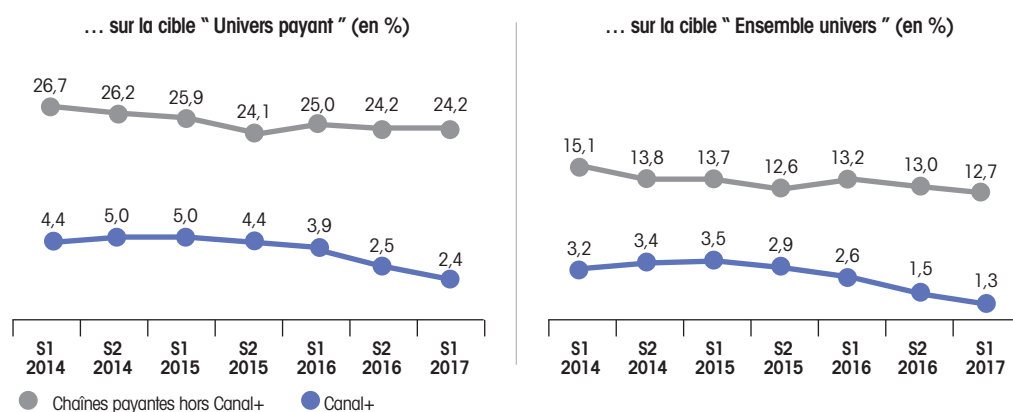
3. L'AUDIENCE DES CHAÎNES PAYANTES

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 2 janvier 2017 au 18 juin 2017 a été réalisée sur un échantillon de référence de 9 049 personnes âgées de 4 ans et plus vivant dans 3 733 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) et toute la réception TV par ADSL (avec ou sans option ou bouquet payant de chaînes). Au sein de cet univers, Médiamétrie isole une population dite « Univers payant abonnés CanalSat ou câble » qui correspond à l'ancienne population étudiée par le MédiaCabSat. Les abonnés aux offres de télévision payantes autres que CanalSat et le câble (TNT payante, offre satellite ou ADSL payante hors CanalSat) ne peuvent pas encore être pris en compte dans cette population d'abonnés à une offre payante en raison de la dispersion de ces offres (chaînes à la carte, packs, abonnements de courte durée...). 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 2014, les parts d'audience ont été les suivantes :



Source : Médiamétrie, Médiamat'Thématik. 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 cette partie du guide, les résultats d'audience des chaînes payantes sont présentés par rapport à la population « Ensemble univers » et non par rapport à celle de « Univers payant ».

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 ADSL, CÂBLE, FIBRE OPTIQUE OU SATELLITE

Les personnes recevant la télévision par ADSL, 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 ADSL, câble, fibre optique ou satellite (i.e., ci-après la population « ensemble univers ») et les personnes « équipées TV » sont :

- l'âge : la population 50 ans et plus est sous-représentée parmi l'« ensemble univers » comparativement aux personnes équipées TV ;
- la catégorie socio-professionnelle (CSP) : la part d'inactifs 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 parmi l'« ensemble univers », compte tenu d'une population globalement plus jeune.

PROFILS COMPARÉS DE LA POPULATION « ENSEMBLE UNIVERS » ET DE L'ENSEMBLE DES INDIVIDUS ÉQUIPÉS DE TÉLÉVISEURS EN 2017

	ENSEMBLE UNIVERS RÉCEPTION TV PAR ADSL, CÂBLE, FIBRE OPTIQUE OU SATELLITE		ÉQUIPÉS TV	
	En milliers	En %	En milliers	En %
INDIVIDUS 4 ANS ET +	44 283	100,0	58 112	100,0
FOYERS	19 184	-	26 731	-
<i>SEXE</i>				
HOMMES 4 ANS ET +	21 512	48,6 %	28 046	48,3 %
FEMMES 4 ANS ET +	22 771	51,4 %	30 066	51,7 %
FRDA*	16 408	37,1 %	22 416	38,6 %
FRDA* MOINS DE 50 ANS	7 847	17,7 %	9 581	16,5 %
<i>ÂGE</i>				
4-14 ANS	7 020	15,9 %	8 281	14,3 %
15-24 ANS	5 779	13,1 %	6 861	11,8 %
25-34 ANS	5 691	12,9 %	6 890	11,9 %
35-49 ANS	9 470	21,4 %	11 726	20,2 %
50 ANS ET +	16 323	36,9 %	24 354	41,9 %
<i>CSP DU CHEF DE FOYER</i>				
CSP+	16 793	37,9 %	20 281	34,9 %
CSP-	15 266	34,5 %	18 761	32,3 %
INACTIFS	12 224	27,6 %	19 070	32,8 %
<i>CSP PAR INDIVIDU</i>				
CSP+	10 514	23,7 %	12 568	21,6 %
CSP-	10 413	23,5 %	14 183	24,4 %
INACTIFS	23 357	52,7 %	31 361	54,0 %
<i>TAILLE D'AGGLOMÉRATION</i>				
COMMUNES RURALES	10 946	24,7 %	13 436	23,1 %
DE 2 000 À 19 000 HABITANTS	8 211	18,5 %	10 502	18,1 %
DE 20 000 À 99 000 HABITANTS	5 408	12,2 %	7 792	13,4 %
PLUS DE 100 000 (hors Paris)	12 966	29,3 %	16 975	29,2 %
AGGLOMÉRATION PARISIENNE	6 752	15,2 %	9 407	16,2 %
<i>NOMBRE D'ENFANTS</i>				
AUCUN ENFANT	25 527	57,6 %	36 132	62,2 %
AU MOINS 1 ENFANT	18 756	42,4 %	21 980	37,8 %

* RDA : responsables des achats.
Source : Médiamétrie, Médiamat Thématik Vague 33. 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 91 chaînes thématiques. Si ce chiffre est important, un nombre non négligeable de chaînes thématiques diffusées en France ne souscrivent pas à l'étude de Médiamétrie et ne sont donc pas comptabilisées.

Dans ce paragraphe, les parts d'audience des chaînes sont présentées tout d'abord de manière agrégée ⁽¹⁾ par thématique puis individuellement ⁽²⁾. 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 indiqué précisément. Pour autant, ces chaînes sont prises en compte dans le nombre de chaînes par thématique.

La vague de janvier-juin 2017 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 13,2 % à 12,7 % sur l'« Ensemble univers ».

Les thématiques documentaire et musique enregistrent cependant une légère amélioration de leurs audiences (+0,1 point respectivement). Les thématiques fiction, sport, adolescent sont stables sur un an. En revanche, la thématique cinéma enregistre un recul important (0,7 point) et la thématique généraliste perd 0,1 point.

Regroupant 19 chaînes, la thématique jeunesse demeure la première en termes d'audience agrégée, avec 2,4 % de part d'audience. Elle est suivie par la thématique généraliste à 2,3 % pour 10 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 0,4 %, Téva à 0,5 % et TV Breizh à 0,9 %). La thématique sport regroupe 13 chaînes pour 1,9 % de part d'audience. La thématique cinéma passe à la 4^{ème} place avec une part d'audience de 1,7 % pour 13 chaînes.

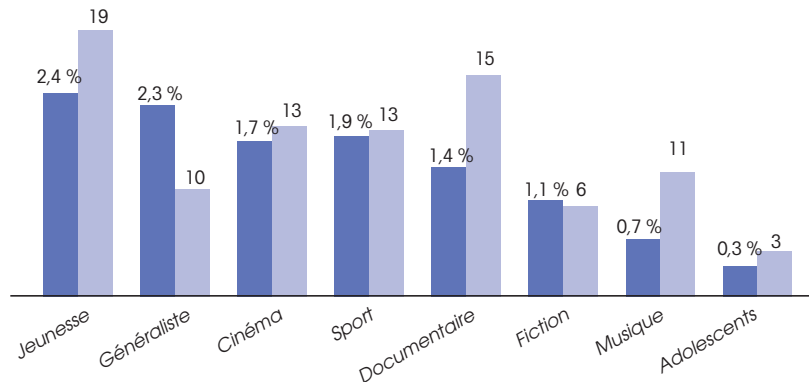
⁽¹⁾ Les parts d'audience agrégées doivent être considérées avec précaution car le nombre de chaînes souscriptrices au Médiamat Thématik varie selon les thématiques.

⁽²⁾ Les résultats agrégés de la thématique « information » ne sont pas présentés dans la mesure où France 24 est l'unique représentante de la thématique. Elle réalise en outre une part d'audience inférieure à 0,1 %. 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 n'est donc plus présentée.

A la 5^{ème} place, la thématique documentaire réalise 1,4 % de part d'audience. Elle représente la deuxième thématique en termes de nombre de chaînes. La thématique fiction demeure à 1,1 % de part d'audience, et les chaînes musicales enregistrent une part d'audience de 0,7 %. Les chaînes pour adolescents ferment le classement à 0,3 %.

Les services payants qui réalisent les meilleures parts d'audience en 2017 sont TV Breizh (0,6 %), Paris Première (0,6 %), Téva (0,5 %) et beIN SPORTS (0,5 %).

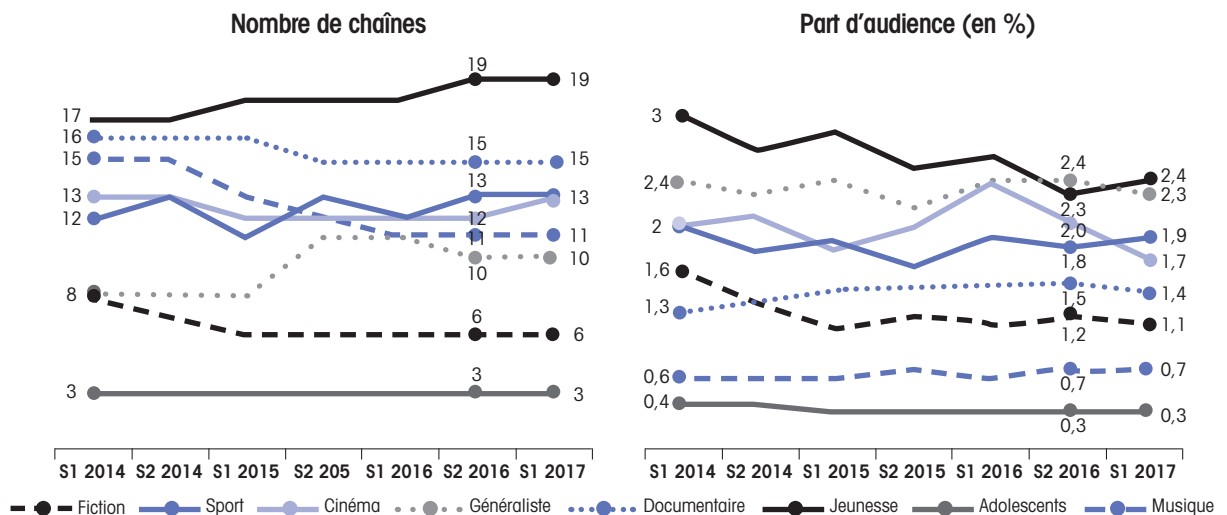
PARTS D'AUDIENCE (%) ET NOMBRE DE CHÂÎNES PAYANTES PAR THÉMATIQUE DE JANVIER À JUIN 2017



■ Part d'audience agrégée par thématique. ■ Nombre de chaînes souscriptrices par thématique.

Source : Médiamétrie, Médiamat Thématic, Ensemble Univers Médiamat Thématic. Note : la thématique information n'est plus présentée. Elle n'est composée que de France 24 à moins de 0,1 % de pda. Les chaînes avec une part d'audience inférieure à 0,1 % sont comptées dans le nombre de chaînes mais pas dans la part d'audience agrégée.

ÉVOLUTIONS DU NOMBRE DE CHÂÎNES ET DES PARTS D'AUDIENCE DES CHÂÎNES PAYANTES PAR THÉMATIQUE DU 1^{ER} SEMESTRE 2014 AU 1^{ER} SEMESTRE 2017



Source : Médiamétrie, Médiamat Thématic, Ensemble Univers Médiamat Thématic. Note : la thématique information n'est plus présentée. Elle n'est composée que de France 24 à moins de 0,1 % de pda. Les chaînes avec une part d'audience inférieure à 0,1 % sont comptées dans le nombre de chaînes mais pas dans la part d'audience agrégée.

PARTS D'AUDIENCE DES CHAÎNES THÉMATIQUES ENTRE JANVIER ET JUIN 2017
(en italique, les chaînes non conventionnées)

CHAÎNES MUSICALES	
CHAÎNES	PART D'AUDIENCE EN %
NRJ Hits	0,2
M6 Music	0,1
<i>MTV</i>	0,1
RFM TV	0,1
Trace Urban	0,1
MCM	0,1
MCM Top	<0,1
Melody	<0,1
<i>MTV +1</i>	<0,1
Nolife	<0,1
Virgin Radio TV	<0,1
TOTAL	0,7 %
MOYENNE	0,06 %

CHAÎNES GÉNÉRALISTES	
CHAÎNES	PART D'AUDIENCE EN %
TV Breizh	0,6
Paris Première	0,6
Téva	0,5
<i>RTL9</i>	0,4
<i>E! Entertainment</i>	0,1
TV5 Monde	0,1
<i>Bet</i>	<0,1
Campagnes TV	<0,1
Elle Girl	<0,1
Non Stop People	<0,1
TOTAL	2,3 %
MOYENNE	0,23 %

CHAÎNES CINÉMA	
CHAÎNES	PART D'AUDIENCE EN %
Canal+ Family	0,2
Canal+ Cinéma	0,2
Ciné+ Premier	0,2
Ciné+ Frisson	0,2
<i>TCM Cinéma</i>	0,2
Canal+ Décalé	0,1
Ciné+ Famiz	0,1
<i>Paramount Channel</i>	0,1
Ciné+ Classic	0,1
Ciné+ Club	0,1
Ciné+ Emotion	0,1
<i>Disney Cinéma</i>	0,1
<i>Paramount Channel Décalé</i>	<0,1
TOTAL	1,7 %
MOYENNE	0,13 %

CHAÎNES SPORT	
CHAÎNES	PART D'AUDIENCE EN %
BeIN SPORTS 1	0,5
Canal+ Sport	0,4
Eurosport	0,2
Eurosport 2	0,2
AB Moteurs	0,1
BeIN SPORTS 2	0,1
BeIN SPORTS 3	0,1
Equidia Live	0,1
Infosport+	0,1
SFR Sport 1	0,1
Equidia Life	<0,1
SFR Sport 2	<0,1
SFR Sport 3	<0,1
BFM Sport	<0,1
TOTAL	1,9 %
MOYENNE	0,14 %

CHAÎNES JEUNESSE	
CHAÎNES	PART D'AUDIENCE EN %
Disney Channel	0,4
<i>Nickelodeon Junior</i>	0,3
<i>Boomerang</i>	0,2
Disney Channel +1	0,2
Disney Junior	0,2
Canal J	0,2
<i>Cartoon Network</i>	0,2
Tiji	0,2
<i>Nickelodeon 4Teen</i>	0,1
Piwi+	0,1
Boing	0,1
<i>Nickelodeon</i>	0,1
Télétoon+	0,1
<i>Boomerang +1</i>	<0,1
Disney XD	<0,1
<i>Gong Base</i>	<0,1
J-One	<0,1
<i>Nickelodeon+1</i>	<0,1
Télétoon +1	<0,1
TOTAL	2,4 %
MOYENNE	0,13 %

CHAÎNES DOCUMENTAIRES	
CHAÎNES	PART D'AUDIENCE EN %
Planète+ CI	0,2
<i>National Geographic Channel</i>	0,2
<i>Discovery Channel</i>	0,1
<i>Nat Geo Wild</i>	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
<i>Discovery Investigation</i>	0,1
<i>Discovery Science</i>	<0,1
Animaux	<0,1
Trek	<0,1
TOTAL	1,4 %
MOYENNE	0,9 %

CHAÎNES ADOLESCENTS	
CHAÎNES	PART D'AUDIENCE EN %
Game One	0,2
Mangas	0,1
Game One +1	<0,1
TOTAL	0,3 %
MOYENNE	0,1 %

CHAÎNES FICTION	
CHAÎNES	PART D'AUDIENCE EN %
13 ^{ème} Rue	0,3
AB1	0,2
Série Club	0,2
SyFy Universal	0,2
Canal+ Séries	0,1
Comédie+	0,1
TOTAL	1,1 %
MOYENNE	0,18 %

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

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

- les statistiques établies par le CNC sur leur participation dans la production aidée par le fonds de soutien du CNC. 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, la fiction, les captations et créations de spectacle vivant et les magazines d'intérêt culturel.

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

Par ailleurs, les dates de prise en compte d'une production inédite par le CSA ne sont pas les mêmes que celles du CNC (date de dépôt de la demande de subvention pour le CNC, date d'exécution du contrat pour le CSA) et les deux institutions n'ont pas la même définition de l'œuvre audiovisuelle, celle retenue par le CNC étant plus restrictive que celle mise en œuvre par le CSA.

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

A partir de 2010, 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 actionariat (public ou privé) et d'autre part, de leur mode d'accès (gratuit ou payant). L'ensemble des diffuseurs est désormais divisé en quatre sous-ensembles :

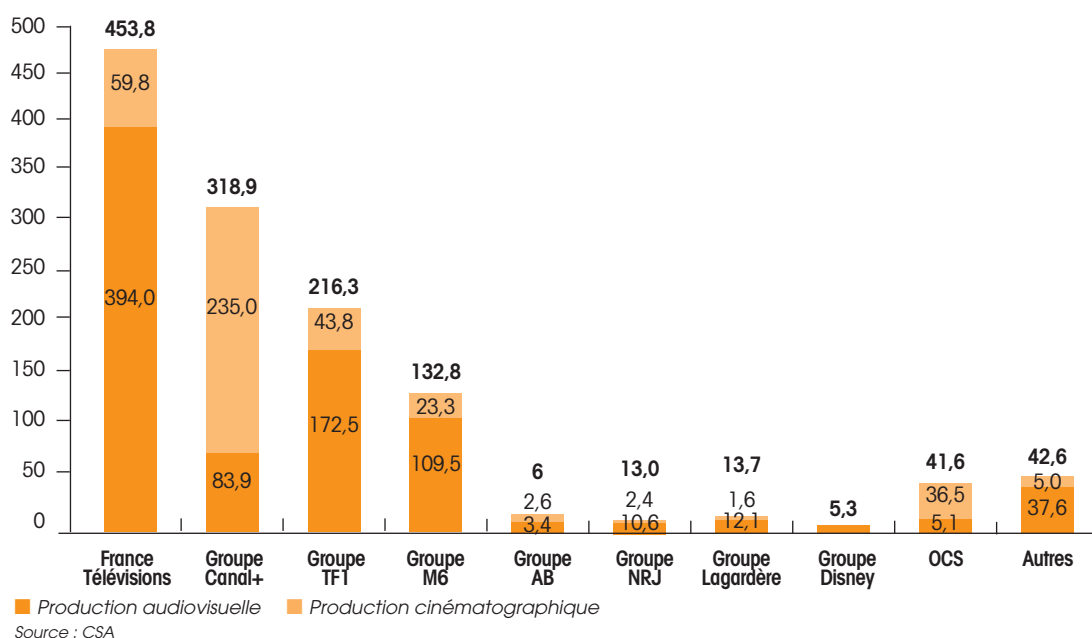
- les chaînes gratuites, qui regroupent les chaînes publiques nationales (chaînes du groupe France Télévisions, Arte, LCP Assemblée Nationale et Public Sénat), les chaînes privées à diffusion nationale, composées des chaînes historiques (TF1 et M6) et des douze chaînes privées de la TNT gratuite hors chaînes d'information (Chérie 25, C8, CStar, Gulli, TF1 Séries Films (ex-HD1), La Chaîne l'Équipe, NRJ12, TFX (ex-NT1), Numéro 23, RMC Découverte, TMC et W9). A noter que TF1 Séries Films (ex-HD1), La Chaîne l'Équipe et RMC Découverte n'ont investi dans la production audiovisuelle aidée que depuis 2013 ;
- les chaînes payantes, qui regroupent Canal+ et l'ensemble des chaînes payantes du câble et du satellite, de l'ADSL et de la TNT ;
- les services en ligne accessibles sur internet : 20 services en ligne (21 en 2015), dont des déclinaisons internet de chaînes télévisées (Arte Live Web, Canalplus.fr, France.tv.fr), Classicall.tv (depuis 2011), Museec (ex Medici.tv), Dramateek.tv ;
- depuis trois ans, les chaînes locales sont également intégrées, soit 36 chaînes qui participent à la production d'œuvres audiovisuelles aidées par le CNC (41 en 2015).

1^{ère} PARTIE :

LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE ET CINÉMATOGRAPHIQUE À PARTIR DES DONNÉES DU CSA

L'ensemble des dépenses retenues au titre des obligations de production d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques européennes se sont élevées en 2016 à 1,244 milliard d'euros ⁽¹⁾ (contre 1,249 milliard d'euros en 2015). Le groupe France Télévisions est le premier contributeur à la production, avec 453,8 M€ déclarés en 2016 (contre 452,0 M€ en 2015).

ENSEMBLE DES DÉPENSES RETENUES AU TITRE DES OBLIGATIONS DE L'EXERCICE 2016 EN M€ (contributions audiovisuelle et cinématographique)



En 2016, les montants totaux des dépenses retenues au titre des obligations réglementaires en faveur du développement de la production audiovisuelle européenne sont en légère augmentation alors que ceux en faveur de la production cinématographique européenne diminuent légèrement (834,0 M€ contre 825,7 M€ en 2015 pour la contribution audiovisuelle et 410,0 M€ contre 423,2 M€ en 2015 pour la contribution cinématographique). Il en va de même s'agissant de l'évolution des « assiettes » de chacun des deux genres ⁽²⁾.

1. CONTRIBUTION RÉELLE À LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE

Concernant la production audiovisuelle, les montants pris en compte au titre de la contribution ne reflètent pas exactement les dépenses réelles investies dans la production dans la mesure où la réglementation :

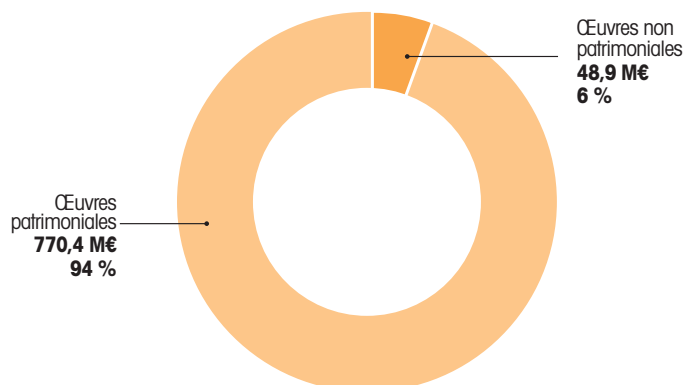
- a mis en place des mécanismes de bonification et de minoration de certaines dépenses ;
- limite la prise en compte de certaines dépenses ;
- permet, pour certains éditeurs, de prendre en compte des dépenses autres que les préachats, coproductions, achats de droits et conventions d'écriture (dépenses de formation des auteurs, financement de festivals, promotion des œuvres ou encore dépenses d'audiodescription).

⁽¹⁾ Répartis entre 834 M€ pour la production audiovisuelle et 410 M€ pour la production cinématographique.

⁽²⁾ Le chiffre d'affaires de référence servant de base au calcul des obligations de production (« assiette ») s'élevait, pour la production audiovisuelle à 6,21 milliards d'euros en 2016 contre 6,19 milliards d'euros en 2015 et 6,25 milliards d'euros en 2014 et, pour la production cinématographique, à 5,75 milliards d'euros en 2016 contre 5,87 milliards d'euros en 2015 et 5,92 milliards d'euros en 2014.

Dans ce contexte, au titre de l'exercice 2016, les dépenses réelles ⁽³⁾ de l'ensemble des éditeurs de services pour la coproduction et l'acquisition de droits pour des œuvres audiovisuelles déclarées au titre de la contribution au développement de la production audiovisuelle s'élèvent à 819,3 M€ en 2016 (contre 810,4 M€ en 2015, soit une hausse de 1,1 %). Les dépenses des diffuseurs en faveur des œuvres patrimoniales augmentent également, passant de 767,2 M€ en 2015 à 770,4 M€ ⁽⁴⁾ en 2016.

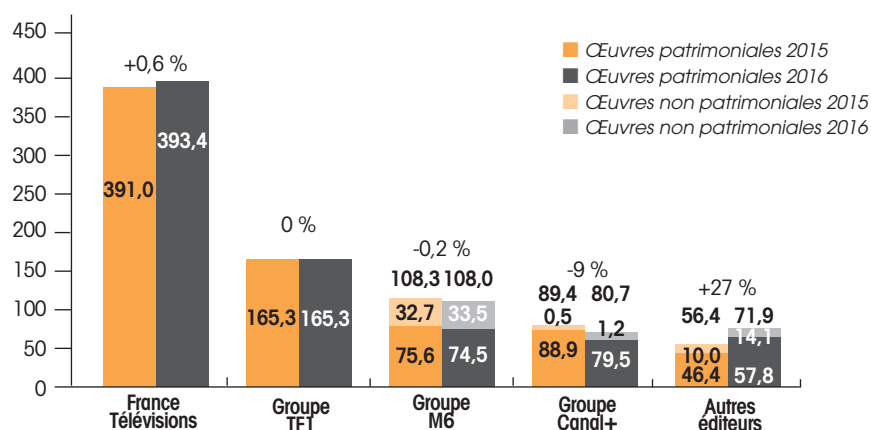
RÉPARTITION DES DÉPENSES RÉELLES DÉCLARÉES ENTRE ŒUVRES PATRIMONIALES ET AUTRES QUE PATRIMONIALES EN 2016



Source : CSA

Les dépenses en faveur de la production d'œuvres audiovisuelles européennes déclarées par les groupes audiovisuels dits « historiques » (TF1, M6, France Télévisions et Canal+) s'élèvent en 2016 à 747,3 M€ (contre 754,0 M€ en 2015, soit une baisse de 0,9 %), soit 91 % de la contribution totale de l'ensemble des éditeurs de services ⁽⁵⁾. Les dépenses déclarées par ces groupes dans la production d'œuvres audiovisuelles patrimoniales s'élèvent en 2016 à 712,6 M€ (soit 95 % de leur contribution). Les dépenses dans la production audiovisuelle des groupes France Télévisions ⁽⁶⁾, TF1, Canal Plus ⁽⁷⁾ et du groupement de services OCS, sont exclusivement consacrées à des œuvres patrimoniales ⁽⁸⁾.

ÉVOLUTION DES INVESTISSEMENTS DANS LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE ET VENTILATION ENTRE ŒUVRES PATRIMONIALES ET ŒUVRES AUTRES QUE PATRIMONIALES DES GROUPES AUDIOVISUELS (2015-2016, en M€)



Source : CSA

⁽³⁾ Il s'agit des dépenses avant application des coefficients de pondération.

⁽⁴⁾ Rappel : contexte de la hausse de l'assiette globale de la contribution.

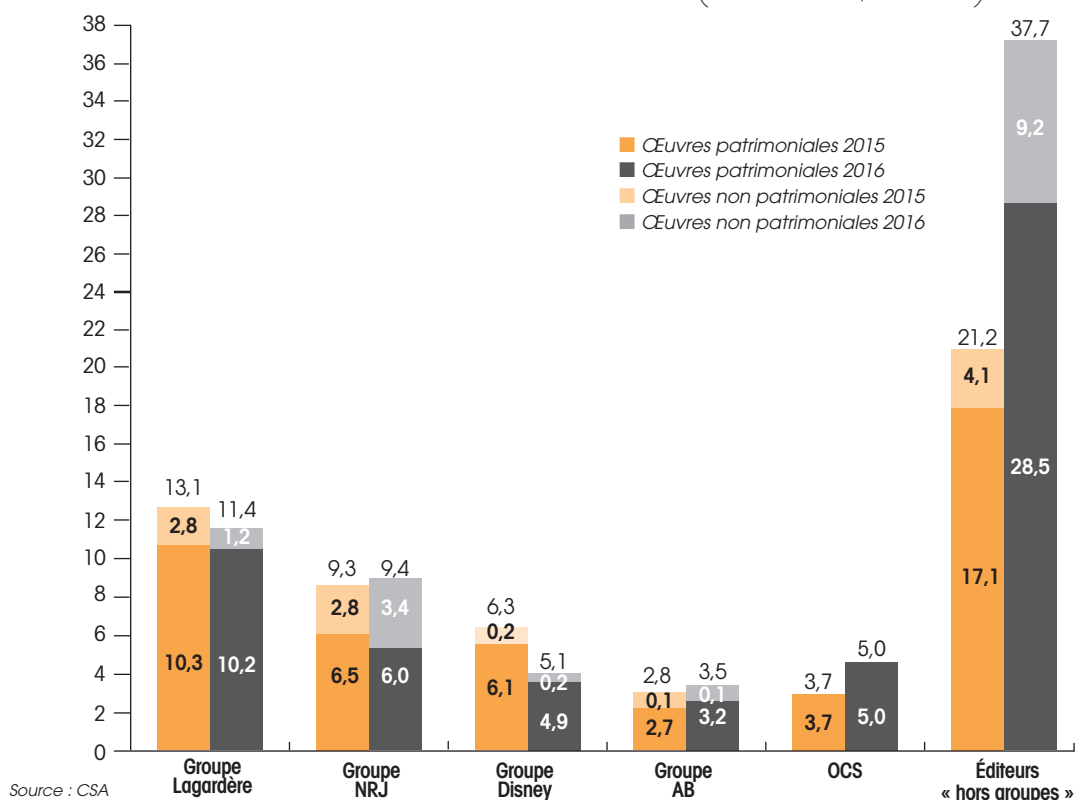
⁽⁵⁾ Depuis la promulgation des décrets « production » en 2010, la répartition par type de services (chaînes hertziennes dites « historiques », chaînes de la TNT autorisées à partir de 2003, chaînes payantes) est impossible à établir. En effet, ces textes donnent la possibilité aux groupes audiovisuels, qui ont signé des accords professionnels en ce sens, de mettre en commun leurs dépenses de production entre toutes leurs chaînes, quel que soit leur mode de diffusion, hertzien ou non hertzien, gratuit ou payant. Ainsi les groupes TF1, Canal Plus et Lagardère, mettent en commun leurs contributions respectives en matière de production audiovisuelle. Leurs déclarations comportent donc les contributions d'éditeurs hertziens et non hertziens, gratuits et payants.

⁽⁶⁾ Les dépenses déclarées par France Télévisions prises en compte dans le graphique ci-dessus correspondent à l'obligation réglementaire inscrite au IV de l'article 9 du décret n° 2009-796 du 23 juin 2009 fixant le cahier des charges de la société nationale de programme et non à l'obligation d'investissement en valeur nominale de 400 M€ fixée dans le Contrat d'Objectifs et de Moyens (COM) du groupe public incluant les montants engagés par le groupe public dans les documentaires régionaux et ultramarins.

⁽⁷⁾ Les montants ci-dessus agrègent, pour le groupe Canal Plus, les dépenses déclarées dans la mise en commun et celles de C8 et CStar.

⁽⁸⁾ Parmi les chaînes hertziennes historiques, seule M6 a opté pour un régime de contribution à la production audiovisuelle qui n'est pas uniquement consacré aux œuvres « patrimoniales » et qui ne met pas en commun sa contribution avec celle des autres services édités par le même groupe.

ÉVOLUTION DES INVESTISSEMENTS DANS LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE ET VENTILATION ENTRE ŒUVRES PATRIMONIALES ET ŒUVRES AUTRES QUE PATRIMONIALES DES « AUTRES ÉDITEURS » (2015-2016, en M€)

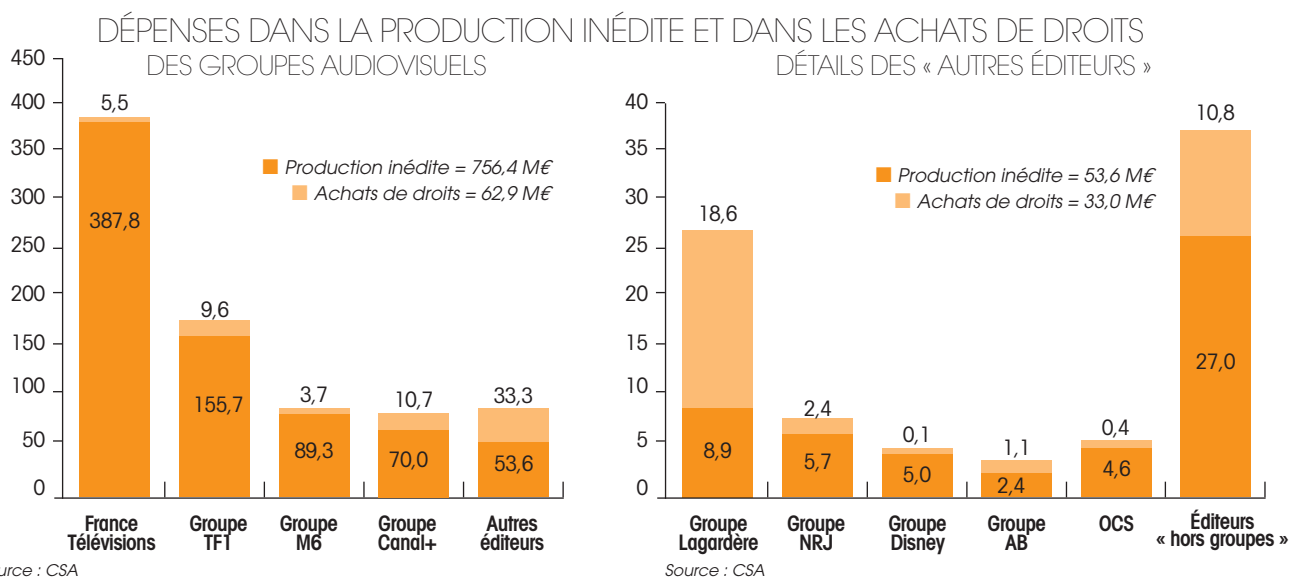


LES INVESTISSEMENTS DANS LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE INÉDITE

Les décrets de 2010 n'ont pas assujéti les éditeurs de services à des obligations de production d'œuvres inédites. TF1, M6 et certains éditeurs de la TNT gratuite se sont toutefois engagés dans leur convention ou leur accord professionnel à y consacrer une part de leurs investissements.

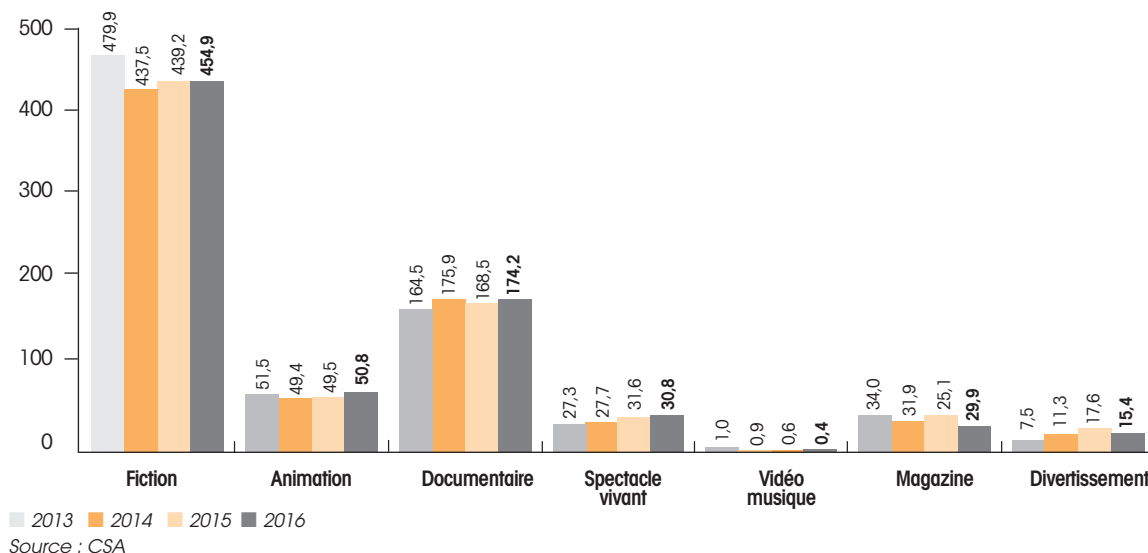
Les dépenses déclarées dans la production d'œuvres audiovisuelles inédites (préachats, coproductions et dépenses d'écriture) représentent 756,4 M€ (contre 62,9 M€ pour les achats de droits de diffusion) en 2016, soit 92 % du total des dépenses de production dans des œuvres audiovisuelles. Elles sont en hausse de 3 % par rapport à 2015, exercice sur lequel elles représentaient 732,1 M€ (contre 78,3 M€ pour les achats de droits de diffusion).

Les dépenses consacrées à la production inédite d'œuvres européennes ou d'expression originale française (préachats et coproductions) déclarées par les groupes audiovisuels dits « historiques » s'élèvent en 2016 à 702,8 M€ (contre 690,5 M€ en 2015), soit 92,9 % de la contribution totale de l'ensemble des éditeurs de services à la production inédite (756,4 M€).



Les investissements dans la fiction inédite augmentent et cela depuis deux ans (+1,7 % en 2015 et +3,5 % en 2016). En revanche, les dépenses de production inédite déclarées au titre de l'année 2016 des catégories « spectacle vivant », « divertissement » et « vidéomusique » accusent une baisse par rapport à 2015.

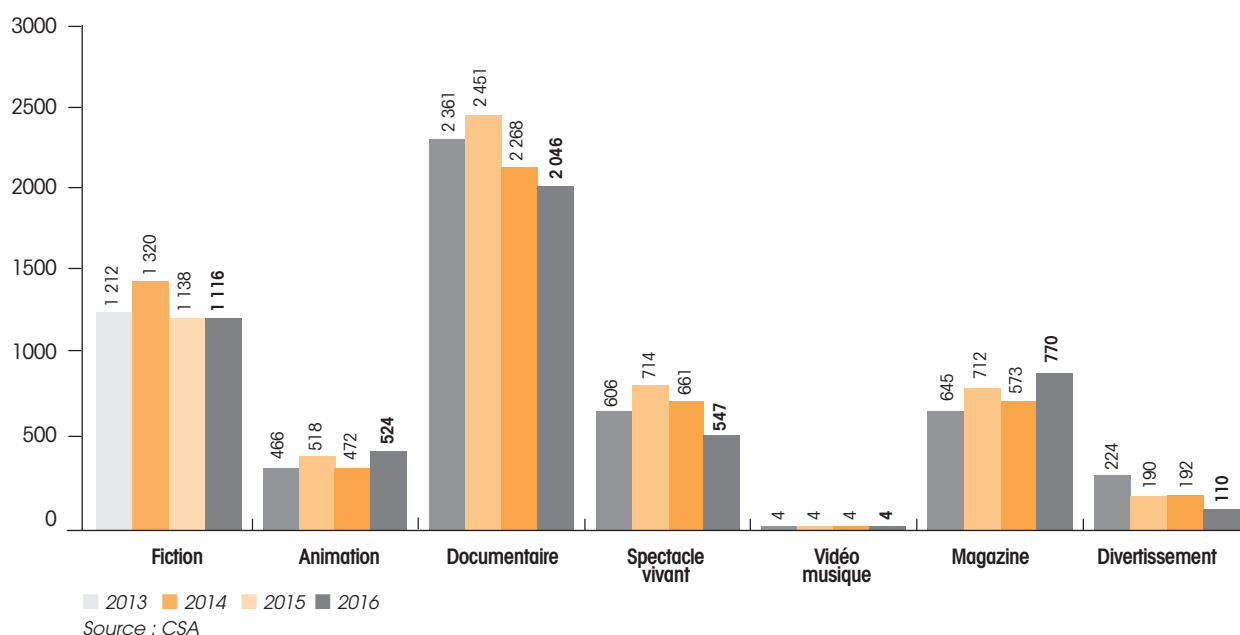
DÉPENSES DANS LA PRODUCTION INÉDITE PAR GENRE : ÉVOLUTION DES DÉPENSES DÉCLARÉES DE 2013 À 2016 EN VOLUME FINANCIER (en M€)



En 2016, les dépenses dans la production inédite (préachats et coproductions) déclarées par les éditeurs ont permis la production de 5 116 heures d'œuvres audiovisuelles contre 5 308 heures en 2015, soit une diminution de 192 heures (-3,6 %). On peut notamment relever que :

- le volume horaire du documentaire diminue entre 2015 et 2016 (-222 heures) alors que les dépenses augmentent (+5,7 M€) ;
- le volume horaire du spectacle vivant diminue de 114 heures entre 2015 et 2016, de même que les investissements dans ce genre de programmes (-0,8 M€) ;
- le volume horaire et le montant des dépenses liées à l'animation augmentent entre 2015 et 2016 (+52 heures et +1,3 M€).

DÉPENSES DE PRODUCTION INÉDITE PAR GENRE : ÉVOLUTION DES DÉPENSES DÉCLARÉES DE 2013 À 2016 EN VOLUME HORAIRE



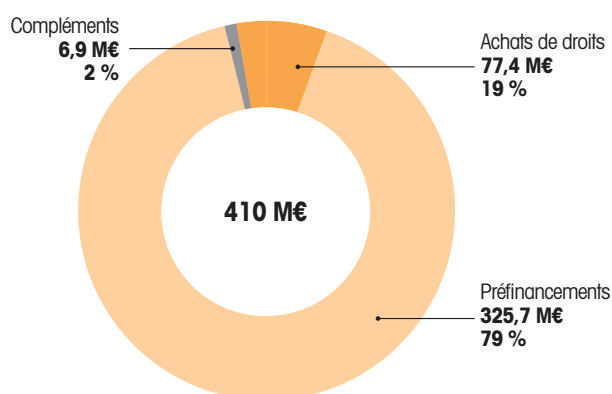
2. CONTRIBUTION À LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE

En 2016, les dépenses déclarées par les éditeurs de services au titre de la contribution à la production d'œuvres cinématographiques européennes s'élèvent à 410,0 M€ contre 423,2 M€ en 2015, soit une baisse de 3 %.

La tendance baissière affecte également les dépenses de production dans des œuvres cinématographiques d'expression originale française puisqu'elles s'élèvent à 342,0 M€ en 2016 contre 349,7 M€ en 2015 (-2 %).

79 % des dépenses dans la production d'œuvres cinématographiques européennes ont été déclarées au titre de dépenses de préachats ou de coproductions, à hauteur de 325,7 M€ (contre 343,5 M€ en 2015, soit une baisse de 5 %).

RÉPARTITION DES DÉPENSES DANS LA PRODUCTION D'ŒUVRES CINÉMATOGRAPHIQUES EUROPÉENNES EN 2016

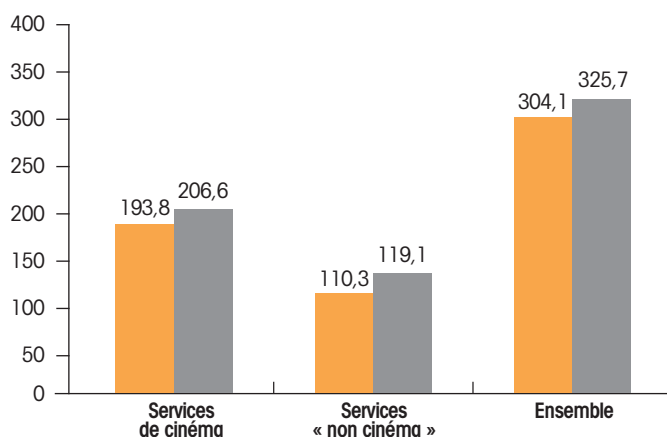


Source : CSA

En 2016, les services de cinéma ont investi 206,6 M€ dans le préfinancement d'œuvres cinématographiques européennes (contre 226,9 M€ en 2015, soit une baisse de 9 %) et 193,8 M€ dans le préfinancement d'œuvres d'expression originale française (contre 202,6 M€ en 2015, soit une baisse d'environ 4 %).

Les investissements des services « non cinéma » déclarés en 2016 dans le préfinancement d'œuvres cinématographiques européennes et d'expression originale française s'établissent respectivement à 119,0 M€ (contre 116,6 M€ en 2015, soit une hausse de 2 %) et 110,3 M€ (contre 107,6 M€ en 2015, soit une hausse de 2,5 %).

INVESTISSEMENTS DANS LE PRÉFINANCEMENT D'ŒUVRES CINÉMATOGRAPHIQUES EUROPÉENNES ET D'EXPRESSION ORIGINALE FRANÇAISE EN 2016 PAR TYPE DE CHAÎNE (en M€)



■ EOF ■ EUR
Source : CSA

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

CONTRIBUTION À LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE EUROPÉENNE ET D'EXPRESSION ORIGINALE FRANÇAISE EN 2016 DES CHAÎNES GRATUITES ET PAYANTES (en M€)

	Contribution à la production cinématographique européenne		Contribution à la production cinématographique EOF	
	Montants	Part du total	Montants	Part du total
SERVICES AUTRES QUE DE CINÉMA	141,8 M€	34,6 %	130,0 M€	38,1 %
dont services gratuits	136,3 M€	33,2 %	124,9 M€	36,6 %
dont services payants ⁽⁹⁾	5,5 M€	1,4 %	5,1 M€	1,5 %
SERVICES DE CINÉMA	268,2 M€	65,4 %	212,0 M€	61,9 %
dont Canal+	196,4 M€	47,9 %	155,4 M€	45,4 %
dont Ciné+, OCS et AB Cinéma	71,8 M€	17,5 %	56,6 M€	16,5 %
TOTAL	410,0 M€	100 %	342,0 M€	100 %

Source : CSA.

En 2016, sur les 136,3 M€ investis par les éditeurs hertziens gratuits dans la production d'œuvres cinématographiques européennes (TF1, France 2, France 3, France 4, M6, C8, TMC, TFX (ex-NT1), TF1 Séries Films (ex-HD1), W9, 6ter, Gulli, NRJ12, Numéro 23, Chérie 25), 125,2 M€ l'ont été par les groupes « historiques » (France Télévisions, TF1, M6), soit 92 %. Les investissements de Canal+ dans le cinéma représentent 73 % des investissements de l'ensemble des chaînes cinéma dans les œuvres européennes et d'expression originale française. Les deux autres groupements de services de cinéma, Ciné+ et OCS, ont respectivement investi 32,9 M€ ⁽¹⁰⁾ et 36,5 M€ ⁽¹¹⁾ dans des œuvres cinématographiques européennes en 2016.

⁽⁹⁾ Les services payants non cinéma sont Paris Première, AB1, Téva et TV5 Monde.

⁽¹⁰⁾ Dont 25,8 M€ dans les œuvres d'expression originale française.

⁽¹¹⁾ Dont 29,0 M€ dans les œuvres d'expression originale française.

2^{ème} PARTIE :

LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE ET CINÉMATOGRAPHIQUE À PARTIR DES DONNÉES DU CNC

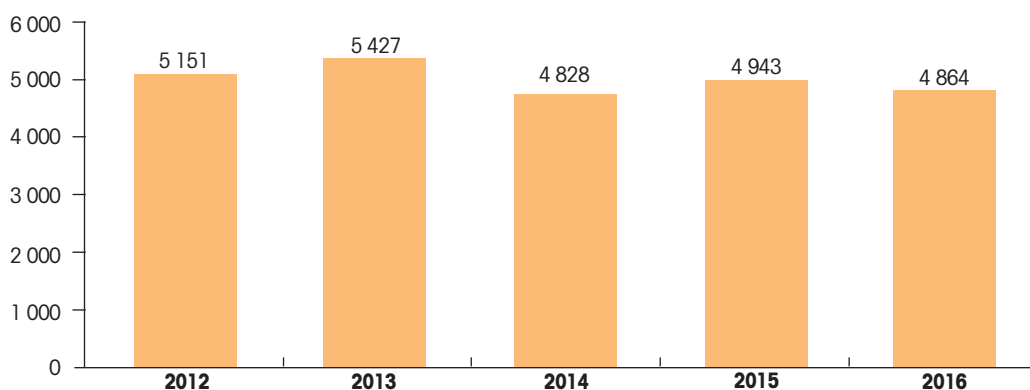
1. LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE

ÉQUILIBRE GLOBAL

En 2016, les chaînes (chaînes gratuites, chaînes payantes, chaînes locales et services en ligne) ont commandé 4 864 heures de programmes audiovisuels aidés par le CNC, contre 4 943 heures en 2015, soit une baisse de 1,6 %. Les services en ligne voient leurs heures de programmes audiovisuels diminuer (-12,9 %), avec une commande qui passe de 386 heures en 2015 à 336 heures en 2016 (dont 91 heures pour France.tv.fr, 73 heures pour Arte Concert, 52 heures pour Classica.tv).

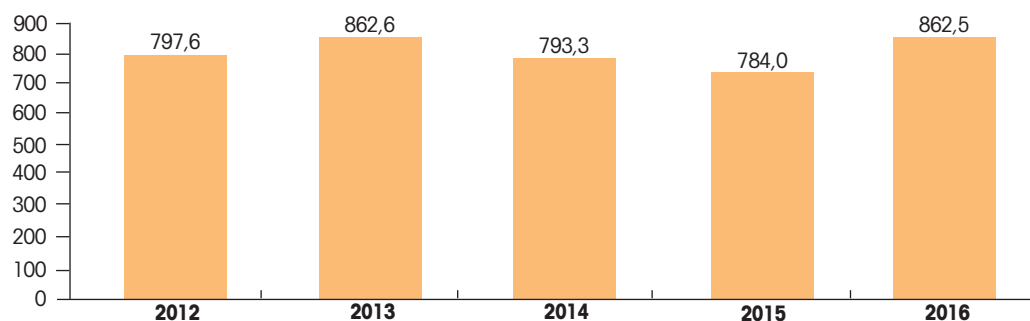
Avec 862,5 M€ d'investissements en 2016, contre 784,0 M€ en 2015, les apports des chaînes sont en hausse de 10,0 % entre 2015 et 2016. Les investissements dans la production audiovisuelle aidée par le CNC des services en ligne diminuent (-12,3 % entre 2015 et 2016), ainsi que ceux des chaînes payantes (-29,3 %).

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



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

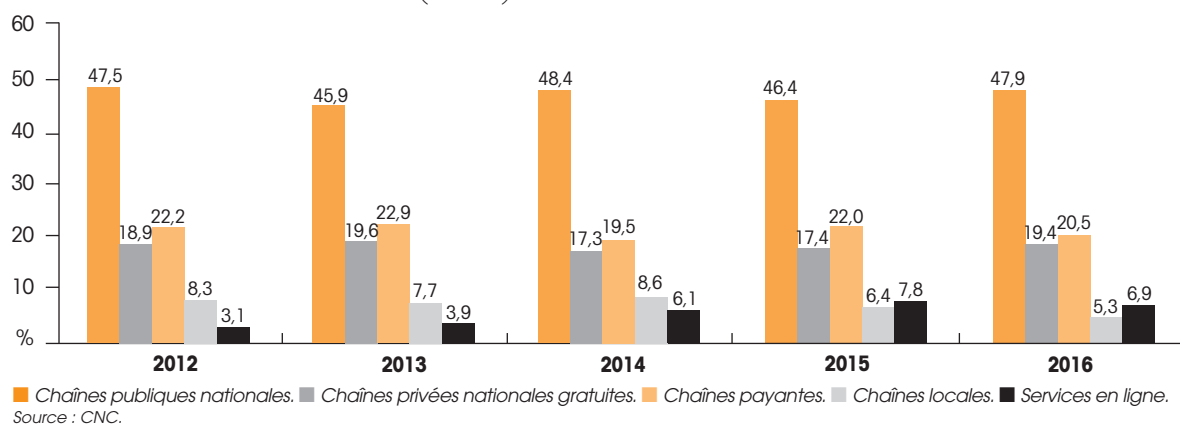
APPORTS * DES CHAÎNES DANS LES ŒUVRES AUDIOVISUELLES AIDÉES (en M€)



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

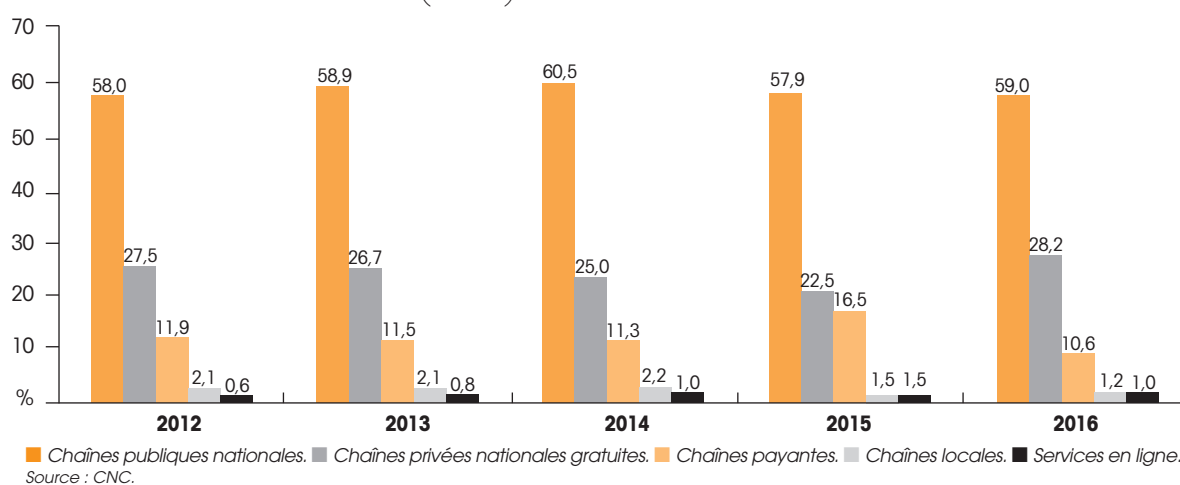
Les chaînes nationales gratuites (publiques et privées) initient 67,4 % du nombre d'heures commandées par l'ensemble des chaînes en 2016. Les chaînes payantes commandent 20,5 % du volume horaire de programmes audiovisuels aidés. En 2016, 19 services en ligne sont premiers diffuseurs de programmes audiovisuels. Ils initient 6,9 % du volume d'heures commandées par les diffuseurs en 2016. Les chaînes locales commandent 5,3 % des heures aidées par le CNC (6,4 % en 2015).

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



En 2016, les chaînes nationales gratuites (publiques et privées) financent la production audiovisuelle aidée à hauteur de 751,9 M€, soit 87,2 % de l'ensemble des investissements des chaînes (80,4 % en 2015). La participation des chaînes payantes représente 10,6 % des investissements des diffuseurs en 2016 (16,5 % en 2015). Les services en ligne contribuent à hauteur de 10,6 M€, soit 1,2 % des investissements totaux (1,5 % en 2015) et les chaînes locales à 1,0 % des investissements (1,5 % en 2015).

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



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

	2012	2013	2014	2015	2016	% **	ÉVOLUTION 2016 / 2015
Chaînes publiques	462,3	508,3	480,0	454,0	508,7	59,0%	+12,0 %
Chaînes privées	219,3	229,9	198,1	176,5	243,2	28,2%	+37,8 %
Chaînes gratuites	681,6	738,2	678,0	630,5	751,9	87,2%	+19,3 %
Canal+	54,3	52,0	53,0	81,2	46,6	5,4%	-42,6 %
Autres chaînes payantes	40,8	47,4	36,3	48,5	45,1	5,2%	-7,0 %
Chaînes payantes	95,1	99,5	89,3	129,7	91,8	10,6%	-29,3 %
Chaînes locales	16,4	18,0	17,5	11,6	8,3	1,0%	-29,0 %
Services en ligne	4,4	6,8	8,2	12,1	10,6	1,2%	-12,3 %
TOTAL	797,6	862,6	793,3	784,0	862,5	100,0%	+10,0 %

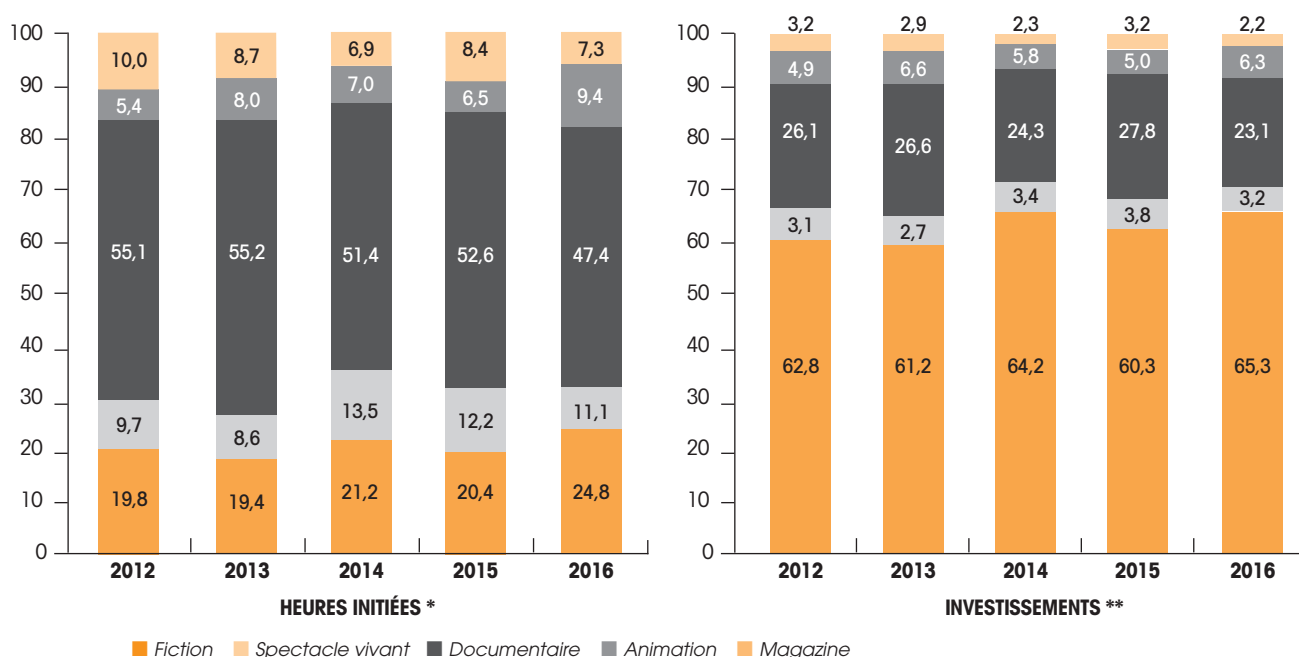
* Apports tous rangs de diffusion confondus.
 ** Part des apports dans l'ensemble des chaînes en 2016.
 Source : CNC.

CONTRIBUTION DES CHÂÎNES GRATUITES ⁽¹²⁾

En 2016, les chaînes nationales gratuites (publiques et privées) sont à l'origine de 3 276 heures de programmes aidés, soit une hausse de 3,8 % par rapport à 2015. Les volumes commandés par les chaînes gratuites reculent dans tous les genres sauf en animation (+51,1 %) et en fiction (+26,1 %).

Entre 2015 et 2016, les apports des chaînes gratuites passent de 630,5 M€ à 751,9 M€, soit une hausse de 19,3 %. Les investissements augmentent dans l'animation (+50,9 % par rapport à 2015) et dans la fiction (+29,2 %). Ils diminuent dans le magazine (-18,5 %). Avec 65,3 % de l'investissement des chaînes gratuites, la fiction reste en 2016 le premier genre financé, loin devant le documentaire (23,1 % des investissements).

RÉPARTITION DES HEURES INITIÉES ET DES INVESTISSEMENTS DES CHÂÎNES GRATUITES SELON LE GENRE (en %)



* Heures en tant que premier diffuseur.

** Tous rangs de diffusion confondus.

Source : CNC.

Les chaînes publiques nationales initient 2 330 heures de programmes (+1,6 % par rapport à 2015), soit 47,9 % du volume total aidé en 2016 (46,4 % en 2015). Tous rangs de diffusion confondus, elles investissent 508,7 M€ (+12,0 % par rapport à 2015), soit 59,0 % de l'ensemble des apports des diffuseurs, contre 57,9 % en 2015.

En 2016, les chaînes du groupe France Télévisions (France 2, France 3, France 3 Régions, France 4, France 5, France Ô et Outremer 1^{ère}) commandent 1 821 heures de programmes en tant que premier diffuseur, soit une hausse de 1,7 % par rapport à 2015. Elles y consacrent 429,7 M€ tous rangs de diffusion confondus, soit 13,0 % de plus que l'année précédente, et comptent pour près de la moitié de l'investissement total des chaînes de télévision (49,8 %).

Les chaînes nationales privées gratuites initient 946 heures, soit une hausse de 9,8 % par rapport à 2015. Ce volume représente 19,4 % du volume total aidé en 2016 (17,4 % en 2015). Tous rangs de diffusion confondus, leurs investissements s'élèvent à 243,2 M€ (+37,8 %), soit 28,2 % des apports totaux des diffuseurs en 2016 (22,5 % en 2015).

En 2016, les chaînes privées historiques (TF1 et M6) enregistrent une hausse de leurs commandes en tant que premiers diffuseurs (+17,9 %) et une progression plus prononcée de leurs apports tous rangs de diffusion confondus (+45,1 %). Leur part dans les heures totales aidées passe de 8,0 % en 2015 à 9,6 % en 2016. Elles assurent 24,3 % des investissements totaux des diffuseurs en 2016, contre 18,4 % en 2015.

Treize chaînes privées de la TNT gratuite investissent dans des œuvres audiovisuelles aidées par le CNC, comme en 2015. En tant que premiers diffuseurs, elles commandent 478 heures de programmes, soit 2,9 % de plus qu'en 2015. Les investissements des nouvelles chaînes de la TNT dans la production audiovisuelle augmentent : +5,1 % à 34,1 M€.

⁽¹²⁾ Les heures et les investissements des services en ligne ne sont pas comptabilisés.

ŒUVRES AUDIOVISUELLES INITIÉES PAR LES CHAÎNES NATIONALES GRATUITES

HEURES*	2012	2013	2014	2015	2016	%**	ÉVOLUTION 2016-2015
Fiction	678	691	672	644	812	90,6 %	+26,1 %
Spectacle vivant	332	305	428	383	364	38,2 %	-5,0 %
Documentaire	1 884	1 964	1 629	1 659	1 553	68,9 %	-6,4 %
Animation	185	286	223	204	307	79,2 %	+51,1 %
Magazine d'intérêt culturel	340	309	220	266	240	64,4 %	-9,6 %
TOTAL	3 419	3 554	3 172	3 155	3 276	67,4 %	+3,8 %

* Heures en tant que premier diffuseur.

** Part dans l'ensemble des heures aidées par les chaînes en 2016.

Source : CNC.

INVESTISSEMENTS DES CHAÎNES NATIONALES GRATUITES DANS LES ŒUVRES AUDIOVISUELLES AIDÉES

M€*	2012	2013	2014	2015	2016	%**	ÉVOLUTION 2016-2015
Fiction	427,9	451,7	435,6	380,4	491,3	91,7 %	+29,2 %
Spectacle vivant	20,9	19,7	23,1	24,0	23,7	56,1 %	-1,2 %
Documentaire	177,6	196,6	164,6	175,0	173,5	84,8 %	-0,8 %
Animation	33,2	48,5	39,5	31,3	47,2	76,7 %	+50,9 %
Magazine d'intérêt culturel	22,0	21,6	15,3	19,9	16,2	87,3 %	-18,5 %
TOTAL	681,6	738,2	678,0	630,5	751,9	87,2 %	+19,3 %

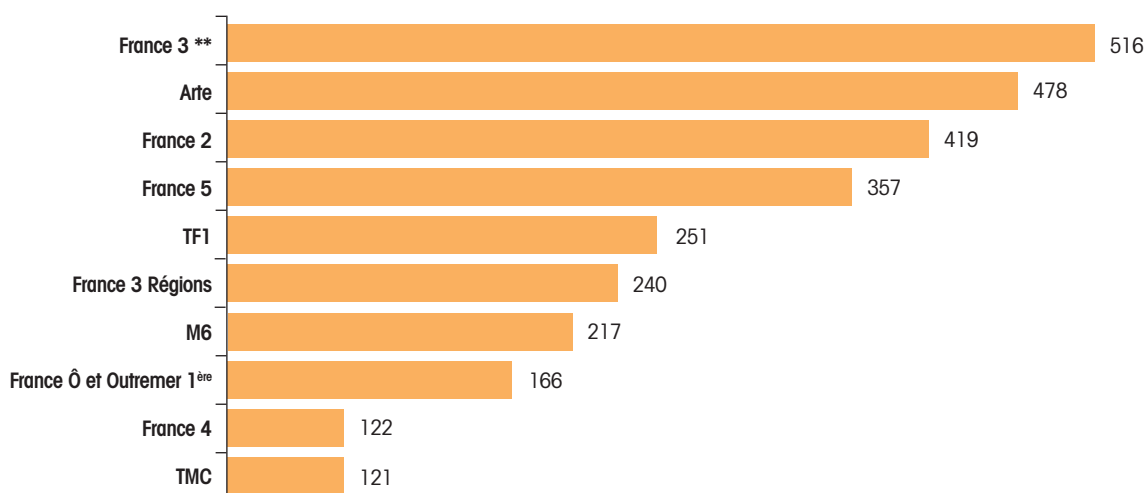
* Apports tous rangs de diffusion confondus.

** Part dans l'ensemble des investissements des chaînes en 2016.

Source : CNC.

Avec 516 heures en tant que premier diffuseur en 2016, France 3 (hors France 3 Régions) reste la première chaîne gratuite en termes de volume de commandes. TF1 arrive première des chaînes privées gratuites, avec une commande plus de deux fois inférieure à celle de France 3 (251 heures en 2016). Elle se classe en cinquième position des chaînes gratuites.

LES CHAÎNES GRATUITES LES PLUS ACTIVES EN TERMES D'HEURES COMMANDÉES* EN 2016



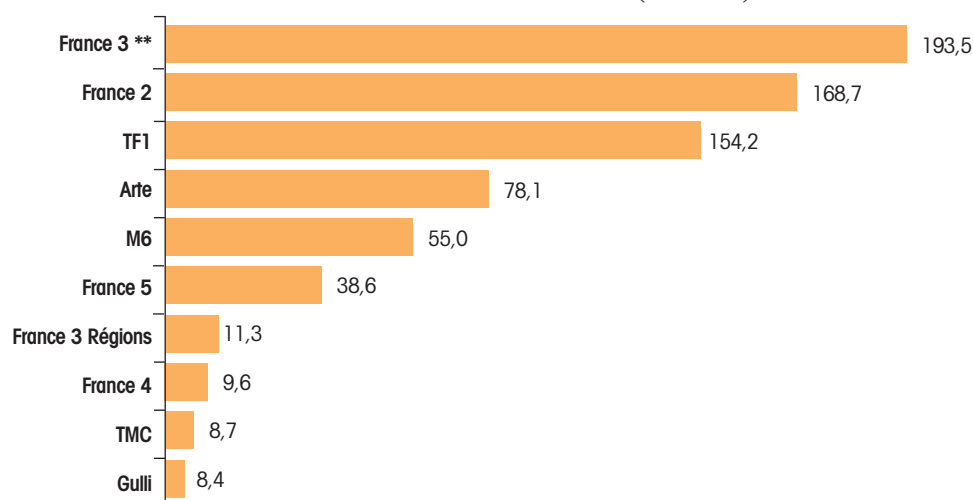
* En tant que premier diffuseur.

** Hors France 3 Régions.

Source : CNC.

La hiérarchie des chaînes gratuites en termes d'investissements diffère sensiblement de celle des volumes horaires. Trois chaînes (France 3, France 2 et TF1) réalisent à elles seules 68,7 % des investissements des chaînes gratuites. Deux chaînes privées, TF1 et M6, figurent parmi les cinq premiers investisseurs, avec des montants respectifs de 154,2 M€ et 55,0 M€.

LES CHAÎNES GRATUITES LES PLUS ACTIVES EN TERMES D'INVESTISSEMENTS * EN 2016 (en M€)



* Tous rangs de diffusion confondus.
** Hors France 3 Régions.
Source : CNC.

CONTRIBUTION DES CHAÎNES PAYANTES

En 2016, 48 chaînes payantes (y compris Canal+) financent des œuvres audiovisuelles aidées par le CNC (comme en 2015). Ces chaînes commandent 996 heures en tant que premiers diffuseurs (-8,3 % par rapport à 2015). Les chaînes payantes initient 20,5 % de l'ensemble des heures aidées (22,0 % en 2015). Le volume d'heures initiées par Canal+ progresse de 10,2 % à 114 heures (103 heures en 2015).

ŒUVRES AUDIOVISUELLES INITIÉES PAR LES CHAÎNES PAYANTES

HEURES *	2012	2013	2014	2015	2016	% **	ÉVOLUTION 2016-2015
Fiction	75	77	66	81	59	6,6 %	-27,0 %
Spectacle vivant	144	181	136	211	210	23,9 %	-0,3 %
Documentaire	724	828	678	642	539	20,3 %	-16,1 %
Animation	107	33	35	73	79	22,0 %	+7,7 %
Magazine d'intérêt culturel	96	123	27	80	109	29,4 %	+37,2 %
TOTAL	1 146	1 242	942	1 087	996	20,5 %	-8,3 %

* Heures en tant que premier diffuseur.
** Part dans l'ensemble des heures aidées des chaînes en 2016.
Source : CNC.

Les investissements des chaînes payantes dans les programmes audiovisuels aidés s'élèvent à 91,8 M€ et sont en baisse de 29,3 % en 2016 (-42,6 % pour Canal+). Cette baisse concerne tous les genres, sauf le documentaire (+5,6 %). Ces chaînes apportent 10,6 % des investissements totaux des diffuseurs en 2016 (16,5 % en 2015).

INVESTISSEMENTS DES CHAÎNES PAYANTES DANS LES ŒUVRES AUDIOVISUELLES AIDÉES

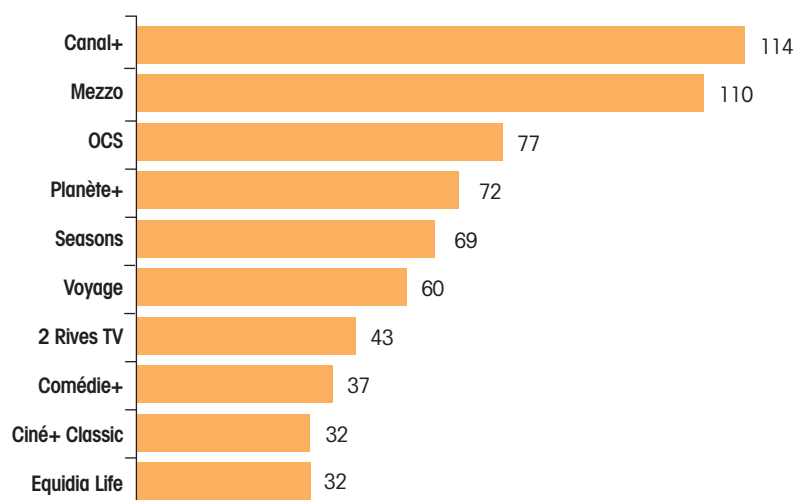
M€ *	2012	2013	2014	2015	2016	% **	ÉVOLUTION 2016-2015
Fiction	38,1	48,0	47,0	80,4	42,0	7,8	-47,7 %
Spectacle vivant	3,3	3,5	3,9	6,6	6,9	16,4	+6,0 %
Documentaire	35,7	36,1	30,8	29,1	26,6	13,0	-8,5 %
Animation	16,1	8,7	7,0	11,2	14,0	22,8	+24,8 %
Magazine d'intérêt culturel	2,0	3,2	0,5	2,4	2,1	11,4	-11,7 %
TOTAL	95,1	99,5	89,3	129,7	91,8	10,6	-29,3 %

* Apports tous rangs de diffusion confondus.
** Part dans l'ensemble des investissements des chaînes en 2016.
Source : CNC.

Canal+ est à l'origine de 11,4 % des commandes des chaînes payantes en 2016 (9,5 % en 2015) et de 50,8 % des investissements réalisés par ces chaînes (62,6 % en 2015). La chaîne cryptée réduit ses apports dans la fiction (45,3 % en valeur tous rangs de diffusion confondus). A l'inverse, elle augmente ses apports dans le documentaire (+92,3 %) et l'animation (+62,7 %). En 2016, le volume de commandes des chaînes payantes (hors Canal+) diminue de 10,3 % à 883 heures en tant que premiers diffuseurs. Ces chaînes apportent 45,1 M€ à la production audiovisuelle de programmes aidés, soit une baisse de 7,0 % par rapport à 2015.

En 2016, avec 110 heures commandées (contre 142 en 2015), Mezzo arrive en deuxième position du classement des chaînes payantes en volume, derrière Canal+ (114 heures, contre 103 en 2015). Arrivent ensuite OCS (77 heures, contre 94 en 2015) et Planète+ (72 heures, contre 56 en 2015).

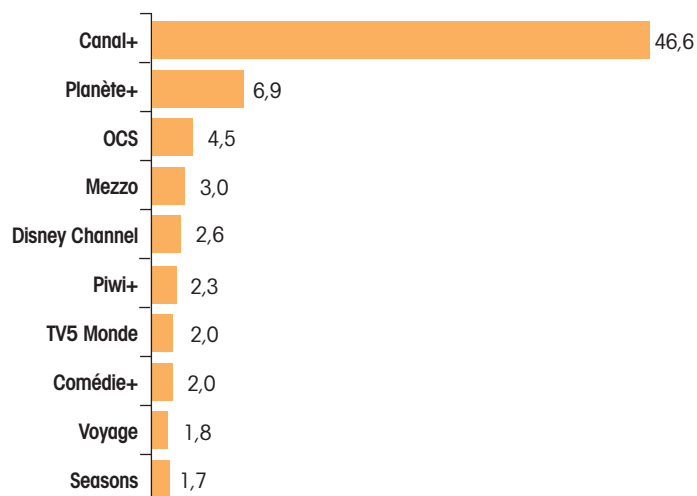
LES 10 CHÂÎNES PAYANTES LES PLUS ACTIVES EN TERMES D'HEURES COMMANDÉES* EN 2016



* En tant que premier diffuseur.
Source : CNC.

En 2016, avec 46,6 M€ investis, Canal+ est la chaîne la plus dynamique des chaînes thématiques en termes d'investissements. Suivent Planète+ avec un apport total de 6,9 M€ en 2016 (+7,1 % par rapport à 2015), OCS (4,5 M€ contre 4,9 M€ en 2015), Mezzo (3,0 M€ contre 3,6 M€ en 2015) et Disney Channel (2,6 M€ contre 4,5 M€ en 2015).

LES 10 CHÂÎNES PAYANTES LES PLUS ACTIVES EN TERMES D'INVESTISSEMENTS** EN 2016 (en M€)



** Tous rangs de diffusion confondus.
Source : CNC.

En 2016, les chaînes payantes (hors la chaîne Canal+) sont à l'origine de 883 heures de programmes aidés, soit un niveau plus faible qu'en 2015 (-10,3 %). Les volumes commandés par les chaînes payantes (hors la chaîne Canal+) augmentent dans la fiction (+38,3 %) et le magazine d'intérêt culturel (+37,2 %) et diminuent dans l'animation (-42,1 %), le documentaire (-17,4 %) et le spectacle vivant (-1,8 %).

Entre 2015 et 2016, les apports des chaînes payantes (hors la chaîne Canal+) passent de 48,5 M€ à 45,1 M€, soit une baisse de 7,0 %. Les investissements augmentent dans la fiction (+28,2 % par rapport à 2015) et le spectacle vivant (+4,3 %) mais diminuent dans le documentaire (-15,4 %), l'animation (-13,6 %) et le magazine (-11,7 %). Avec 45,9 % de l'investissement des chaînes payantes (hors la chaîne Canal+), le documentaire reste en 2016 le premier genre financé.

ŒUVRES AUDIOVISUELLES INITIÉES PAR LES CHAÎNES PAYANTES (hors la chaîne Canal+)

HEURES*	2012	2013	2014	2015	2016	%**	ÉVOLUTION 2016-2015
Fiction	34	32	25	19	26	2,9	+38,3 %
Spectacle vivant	143	180	133	211	207	21,7	-1,8 %
Documentaire	620	760	605	608	502	22,3	-17,4 %
Animation	49	26	10	67	39	10,1	-42,1 %
Magazine d'intérêt culturel	86	108	27	80	109	29,3	+37,2 %
TOTAL	931	1106	800	984	883	18,1	-10,3 %

* Heures en tant que premier diffuseur.

** Part dans l'ensemble des heures aidées des chaînes en 2016.

Source : CNC.

INVESTISSEMENTS DES CHAÎNES PAYANTES (hors la chaîne Canal+) DANS LES ŒUVRES AUDIOVISUELLES AIDÉES

M€*	2012	2013	2014	2015	2016	%**	ÉVOLUTION 2016-2015
Fiction	6,3	6,4	6,2	5,8	7,5	1,4	+28,2 %
Spectacle vivant	3,3	3,4	3,9	6,6	6,8	16,1	+4,3 %
Documentaire	22,1	27,4	21,9	24,4	20,7	10,1	-15,4 %
Animation	7,9	8,0	3,8	9,3	8,0	13,0	-13,6 %
Magazine d'intérêt culturel	1,2	2,3	0,5	2,4	2,1	11,4	-11,7 %
TOTAL	40,8	47,4	36,3	48,5	45,1	5,2	-7,0 %

* Apports tous rangs de diffusion confondus.

** Part dans l'ensemble des investissements des chaînes en 2016.

Source : CNC.

2. LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE

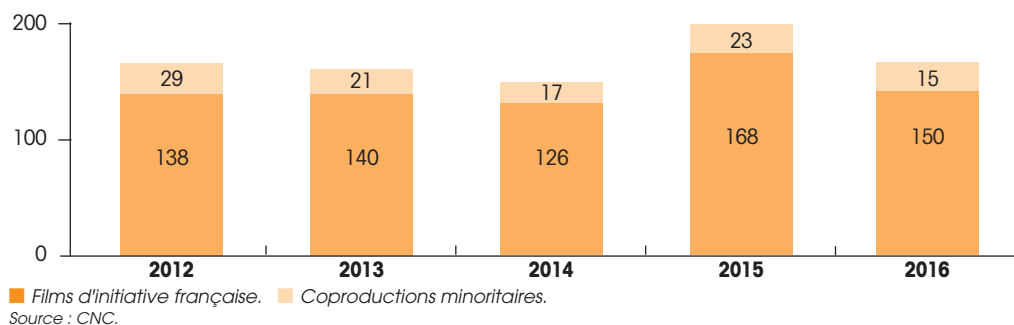
ÉQUILIBRE GLOBAL

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.

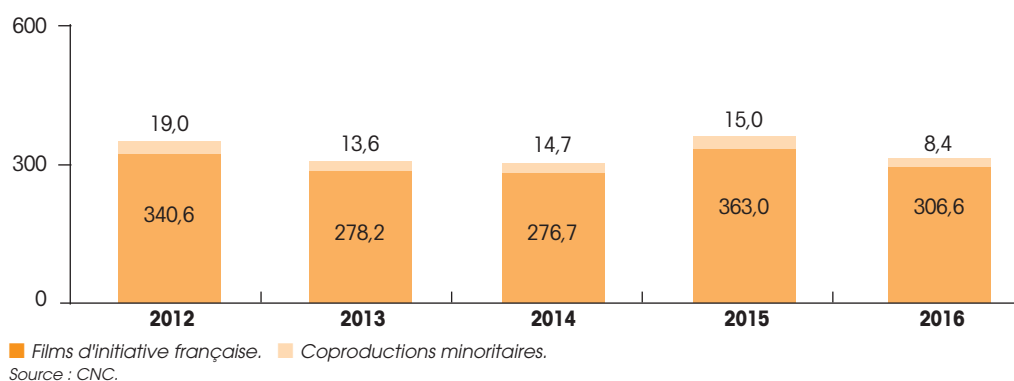
En 2016, parmi les 283 films agréés par le CNC, les chaînes de télévision (payantes et gratuites) ont financé 165 films (58,3 % des films agréés) dont 150 d'initiative française (191 films dont 168 d'initiative française en 2015), soit 67,9 % des films d'initiative française. 32 films d'initiative française sont financés par une seule chaîne de télévision en 2016 (39 en 2015). A l'inverse, quatre films sont financés par cinq chaînes (un en 2015).

A 315,04 M€, les investissements des chaînes de télévision reculent sensiblement en 2016 (-16,6 %), pour un nombre de films financés en baisse de 13,6 %, soit 26 films de moins.

NOMBRE DE FILMS AGRÉÉS AIDÉS PAR LES CHAÎNES

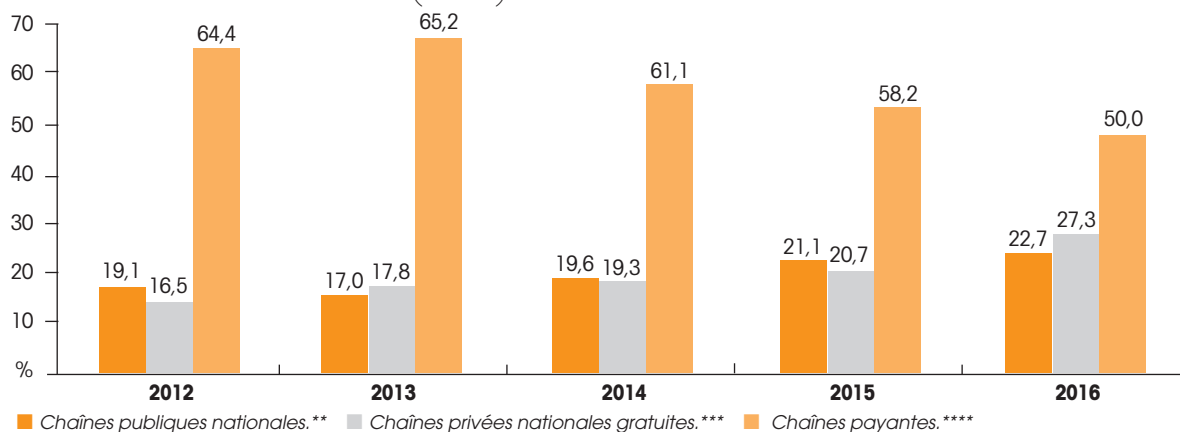


INVESTISSEMENTS DES CHAÎNES DANS LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE AGRÉÉE PAR LE CNC (en M€)



En 2016, les investissements de trois chaînes payantes sont recensés (Canal+, Ciné+ et OCS). Ils comptent pour 50,0 % des investissements des chaînes télévisées. Les investissements de cinq chaînes publiques participant au financement de films agréés (Arte, France 2, France 3, France 4 et France Ô) représentent 22,7 % du total des investissements des chaînes, tandis que six chaînes privées gratuites (C8, TF1 Séries Films (ex-HD1), M6, TFX (ex-NT1), TF1, TMC, W9) participent à hauteur de 27,3 %.

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



* Préachats + apports en coproduction.

** Chaînes publiques dont les investissements sont recensés en 2016 : Arte, France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô.

*** Chaînes privées nationales gratuites dont les investissements sont recensés en 2016 : C8, Gulli, TF1 Séries Films (ex-HD1), M6, NRJ12, TFX (ex-NT1), TF1, TMC, W9.

**** Chaînes payantes dont les investissements sont recensés en 2016 : Canal+, Ciné+, OCS et TV5 Monde.

Source : CNC.

CONTRIBUTION DES CHÂÎNES GRATUITES

En 2016, parmi les 283 films agréés, les chaînes gratuites ont financé 105 films au total, dont 98 d'initiative française (135 films dont 123 d'initiative française en 2015). Parmi elles, les chaînes publiques ont financé 75 films (dont 68 d'initiative française), tandis que les chaînes privées ont participé au financement de 37 films (tous d'initiative française). En 2016, 70 films d'initiative française sont financés par une seule chaîne en clair (95 en 2015), 24 films sont financés simultanément par deux diffuseurs en clair (26 en 2015) et 4 films par trois chaînes en clair (2 en 2015).

Les investissements des chaînes en clair dans la production cinématographique reculent de 21,1 % en 2016 à 124,66 M€, pour un nombre de films en diminution de 22,2 % (-30 films). Leur intervention est légèrement inférieure à la moyenne constatée sur les dix dernières années (128,7 M€ investis par an en moyenne entre 2007 et 2016).

Les interventions des chaînes en clair baissent de 20,2 % sur les films d'initiative française (122,41 M€ en 2016) et de 49,5 % sur les coproductions minoritaires françaises (2,25 M€). Dans le même temps, le nombre de films d'initiative française préfinancés diminue de 20,3 %, celui des coproductions minoritaires de 41,7 %.

En 2016, 32 films sont préachetés par les nouvelles chaînes de la TNT gratuite (34 en 2015), tous d'initiative française (32 films tous d'initiative française en 2015). Ces chaînes apportent 7,6 M€ (7,1 M€ en 2015), soit 237,5 K€ par film en moyenne (207,7 K€ en 2015). Sept chaînes de la TNT gratuite investissent dans la production cinématographique (six en 2015). C8 est la chaîne la plus active. Elle préachète 12 films, tous d'initiative française, pour 2,8 M€ (12 films dont 11 d'initiative française pour 2,6 M€ en 2015).

En 2016, les investissements des chaînes en clair sont constitués à 64,8 % par des préachats de droits de diffusion (63,6 % en 2015). La part des apports en coproduction est en légère baisse, à 35,2 % (36,4 % en 2015).

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

		2012	2013	2014	2015	2016	Évolution 2016-2015
FILMS D'INITIATIVE FRANÇAISE	Chaînes publiques *	64,0	44,9	52,5	75,6	54,25	-28,3 %
	Chaînes privées gratuites **	57,1	51,8	55,0	77,8	68,2	-12,4 %
	CHÂÎNES GRATUITES	121,1	96,7	107,5	153,5	122,4	-20,2 %
COPRODUCTIONS MINORITAIRES	Chaînes publiques *	4,7	4,9	4,6	4,1	2,3	-45,2 %
	Chaînes privées gratuites **	2,1	0,0	1,1	0,4	0,0	-
	CHÂÎNES GRATUITES	6,8	4,9	5,7	4,5	2,3	-49,5 %
TOTAL CHÂÎNES PUBLIQUES		68,7	49,7	57,1	79,7	56,5	-29,1 %
TOTAL CHÂÎNES PRIVÉES GRATUITES		59,2	51,8	56,1	78,2	68,2	-12,8 %
TOTAL		127,9	101,5	113,2	157,9	124,7	-21,1 %

* Chaînes publiques dont les investissements sont recensés en 2016 : Arte, France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô.

** Chaînes privées gratuites dont les investissements sont recensés en 2016 : C8, Gulli, TF1 Séries Films (ex-HD1), M6, NRJ12, TFX (ex-NT1), TF1, TMC, W9.

Source : CNC.

En 2016, 6,1 % des films d'initiative française financés par au moins une chaîne en clair ont un devis inférieur à 1 M€ (6,5 % en 2015), 21,4 % ont un devis compris entre 1 et 4 M€ (33,3 % en 2015), 34,7 % un devis compris entre 4 et 7 M€ (24,4 % en 2015) et 37,8 % un devis supérieur ou égal à 7 M€ (35,8 % en 2015). Les films à moins de 1 M€ captent 0,7 % des investissements de ces chaînes (1,1 % en 2015), les films de 1 à 4 M€ en mobilisent 8,3 % (14,5 % en 2015), les films de 4 à 7 M€ 24,5 % (20,1 % en 2015) et les films à 7 M€ ou plus 66,4 % (64,3 % en 2015).

NOMBRE DE FILMS D'INITIATIVE FRANÇAISE FINANCÉS PAR LES CHÂÎNES NATIONALES GRATUITES SELON LE BUDGET

		<1 M€	1 à 4 M€	4 à 7 M€	7 à 15 M€	>15 M€	TOTAL
2015	Chaînes publiques *	7	37	25	21	2	92
	Chaînes privées gratuites **	1	5	6	18	8	38
	Chaînes gratuites	8	41	30	34	10	123
2016	Chaînes publiques *	6	20	25	15	2	68
	Chaînes privées gratuites **	0	1	14	11	12	38
	Chaînes gratuites	6	21	34	23	14	98

* Chaînes publiques dont les investissements sont recensés en 2016 : Arte, France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô.

** Chaînes privées gratuites dont les investissements sont recensés en 2016 : C8, Gulli, TF1 Séries Films (ex-HD1), M6, NRJ12, TFW (ex-NT1), TF1, TMC, W9.

Source : CNC.

Le devis moyen des films financés par les chaînes gratuites augmente de 41,7 % entre 2015 (6,5 M€) et 2016 (9,2 M€). En 2016, le devis moyen des films d'initiative française financés par les chaînes nationales gratuites s'élève à 9,6 M€ et celui des films minoritaires à 3,6 M€.

Le devis moyen des œuvres aidées par les chaînes publiques augmente, passant de 5,1 M€ en 2015 à 5,5 M€ en 2016. Le devis moyen des chaînes privées gratuites progresse également de 10,4 M€ en 2015 à 16,0 M€ en 2016.

En 2016, les investissements des chaînes gratuites couvrent en moyenne 13,0 % des devis des films qu'elles financent, contre 18,1 % en 2015.

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

	2012	2013	2014	2015	2016	ÉVOLUTION 2016-2015
Chaînes publiques	7,3	5,4	5,0	5,1	5,5	+7,9 %
Chaînes privées gratuites	12,3	14,8	10,7	10,4	16,0	+54,7 %
CHAÎNES GRATUITES	8,6	8,0	6,7	6,5	9,2	+41,7 %

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 financements encadrés qui ne sont pas comptabilisés dans les statistiques du CNC.

En 2016, parmi les 283 films agréés, les chaînes payantes ont préacheté 152 films (53,7 % des films agréés) dont 143 d'initiative française, soit 64,7 % des films d'initiative française (168 films dont 152 d'initiative française en 2015). 45 films d'initiative française font l'objet d'un préachat d'une seule chaîne payante en 2016 (53 en 2015), 97 films de deux chaînes payantes (96 en 2015). Un film est préacheté par trois chaînes payantes (3 en 2015).

Le volume global d'investissement des chaînes payantes recule de 13,5 % à 190,39 M€ en 2016, pour un nombre de films préachetés en baisse de 9,5 % (-16 films). En moyenne, sur la période 2007-2016, les chaînes payantes investissent chaque année 211,5 M€ dans le préachat des films agréés. En 2016, l'investissement des chaînes payantes dans les films d'initiative française représente 96,7 % de leurs investissements totaux dans les films, et les coproductions minoritaires 3,3 %.

Films à majorité étrangère inclus, les chaînes payantes participent au financement de 41 premiers films d'initiative française et 22 deuxièmes films (respectivement 30 et 27 films en 2015).

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

	2012	2013	2014	2015	2016	ÉVOLUTION 2016-2015
Films d'initiative française	219,4	181,5	169,2	209,5	184,2	-12,1 %
Coproductions minoritaires	112,3	8,7	9,0	10,5	6,2	-41,2 %
ENSEMBLE DES FILMS AGRÉÉS	231,7	190,2	178,2	220,0	190,4	-13,5 %

* Chaînes payantes dont les investissements sont recensés en 2016 : Canal+, Ciné+, OCS et TV5 Monde.
Source : CNC.

En 2016, la majorité des films d'initiative française financés par au moins une chaîne payante ont un devis compris entre 1 et 10 M€ (79,7 %). En 2016, 3,5 % des films d'initiative française financés par au moins une chaîne payante ont un devis inférieur à 1 M€ (6,6 % en 2015), 38,5 % un devis compris entre 1 et 4 M€ (39,5 % en 2015), 30,1 % un devis compris entre 4 et 7 M€ (21,7 % en 2015) et 28,0 % un devis supérieur ou égal à 7 M€ (32,2 % en 2015). Les films à moins de 1 M€ captent 0,3 % des investissements des chaînes payantes dans les films d'initiative française en 2016 (0,6 % en 2015), les films de 1 à 4 M€ en mobilisent 18,0 % (18,5 % en 2015), les films de 4 à 7 M€, 28,5 % (22,4 % en 2015) et les films à 7 M€ ou plus, 53,1 % (58,4 % en 2015).

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

	<1 M€	1 à 4 M€	4 à 7 M€	7 à 15 M€	>15 M€	TOTAL
2015	10	60	33	39	10	152
2016	5	55	43	25	15	143

Source : CNC.

Le devis moyen des films financés par les chaînes payantes est passé de 6,2 M€ en 2015 à 8,0 M€ en 2016. Cette hausse est notamment due à *Valérian et la cité des mille planètes* de Luc Besson. Ce film mis à part, le devis moyen des films pré-achetés par les chaînes payantes s'élève à 6,76 M€. Contrairement à l'année 2015, il est moins élevé pour les coproductions minoritaires (6,8 M€, contre 6,5 M€ en 2015) que sur les films d'initiative française (8,1 M€ en 2016 contre 6,2 M€ en 2015). Les investissements des chaînes payantes couvrent en moyenne 15,6 % des devis des films qu'elles financent (21,1 % en 2015). Ce taux s'élève à 15,9 % pour les films d'initiative française et à 10,1 % pour les coproductions minoritaires.

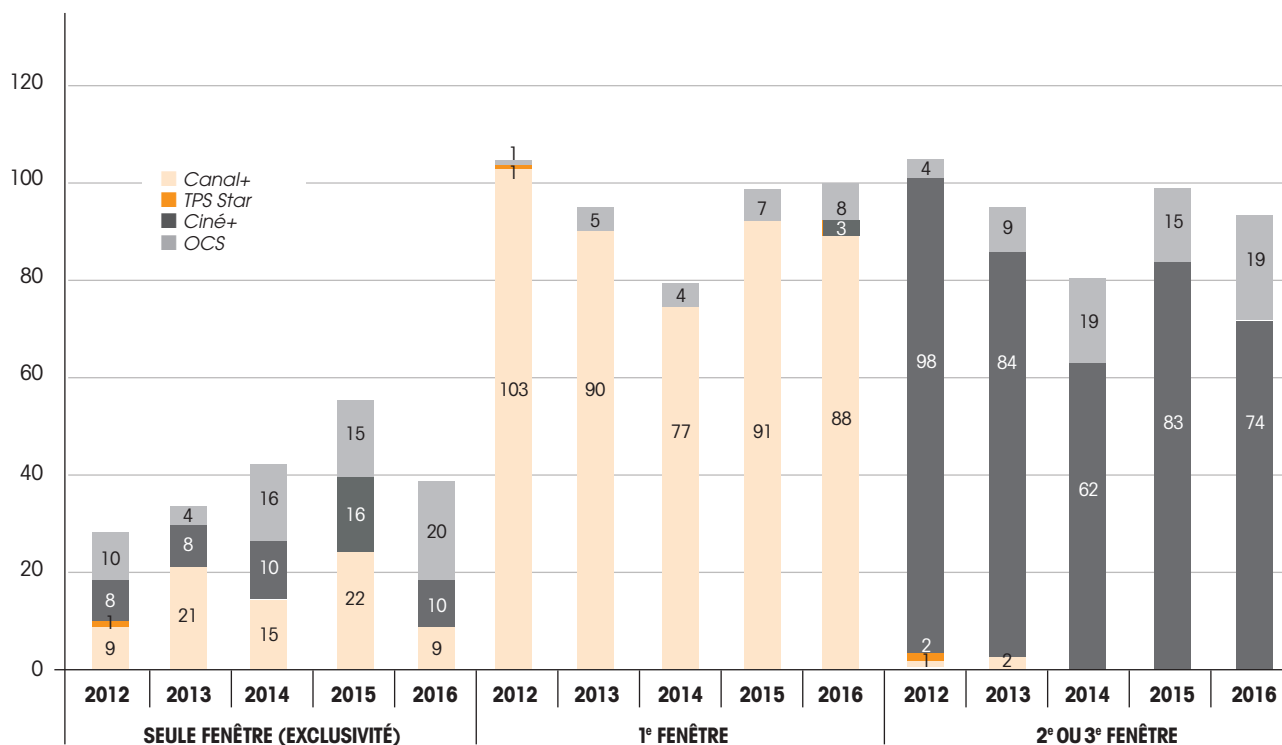
DEVIS MOYEN DES FILMS FINANCÉS PAR LES CHAÎNES PAYANTES (en M€)

	2012	2013	2014	2015	2016	ÉVOLUTION 2016-2015
Films d'initiative française	7,4	7,2	5,9	6,2	8,1	+30,9 %
Coproductions minoritaires	6,7	6,4	7,5	6,5	6,8	+4,6 %
TOTAL DES FILMS AGRÉÉS	7,3	7,2	6,1	6,2	8,0	+29,1 %

Source : CNC.

Les chaînes payantes concentrent leurs investissements sur des fenêtres de diffusions différentes. Ainsi en 2016, Canal+ achète la première diffusion cryptée pour 99 % des films d'initiative française qu'elle finance (dont 9,2 % en tant que seule chaîne payante, c'est-à-dire en exclusivité). OCS achète la première diffusion pour 59,6 % des films qu'elle finance (42,6 % en tant que seule chaîne payante) et la deuxième diffusion pour 40,4 % d'entre eux. Ciné+ achète quant à elle 11,5 % de ses films en exclusivité et 85,1 % d'entre eux en deuxième diffusion.

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

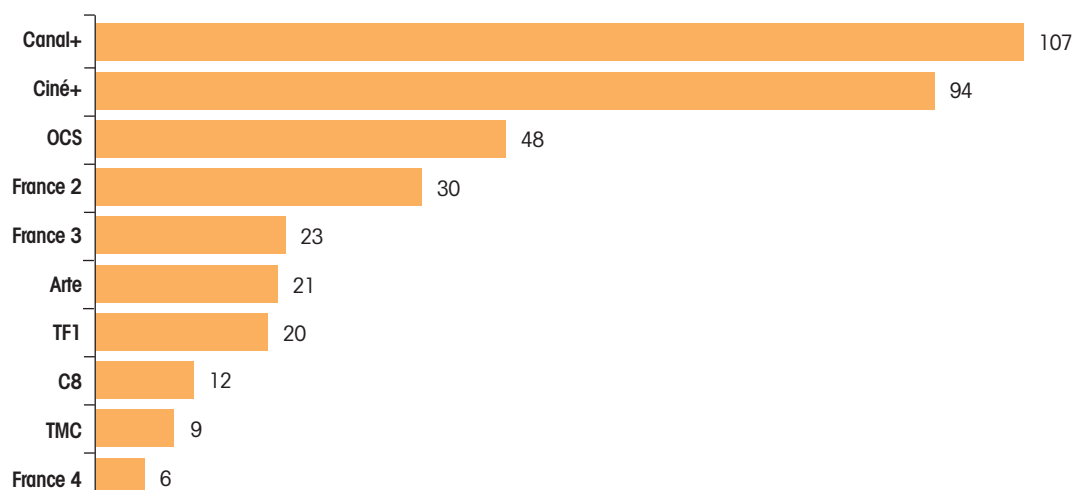


Source : CNC.

LES CHAÎNES LES PLUS ACTIVES

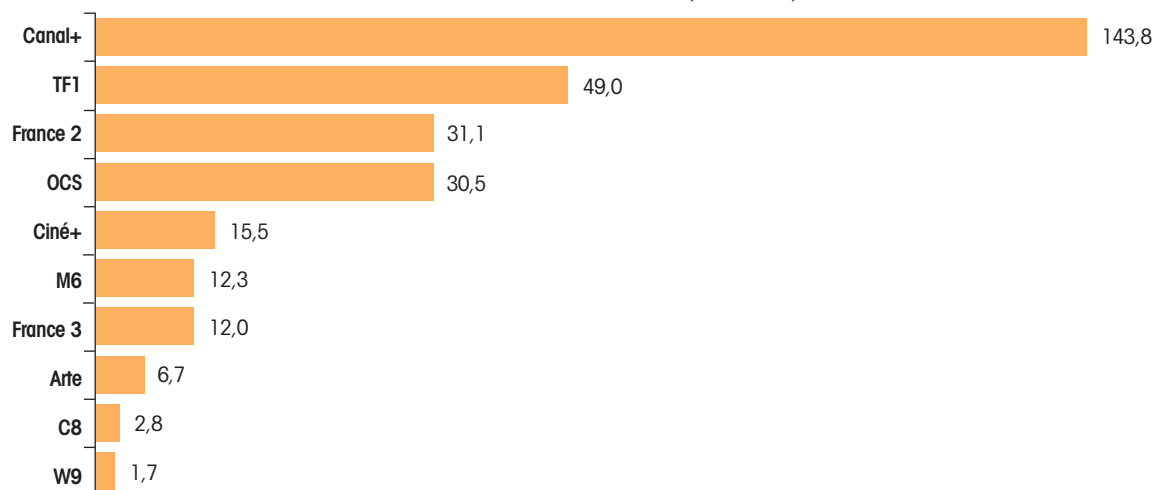
Canal+ arrive en tête du classement des chaînes de télévision les plus actives, tant en nombre de films aidés qu'en termes de volumes investis. En 2016, la chaîne pré-achète 107 des 165 films agréés financés par des chaînes, pour un montant global de 143,8 M€. Cela représente un peu moins de la moitié (45,6 %) des investissements de l'ensemble des chaînes de télévision, et pratiquement trois fois plus que les investissements de la deuxième chaîne la plus active (TF1 avec 49,0 M€ en 2016).

LES 10 CHAÎNES LES PLUS ACTIVES EN TERMES DE FILMS AGRÉÉS PAR LE CNC EN 2016



Source : CNC.

LES 10 CHAÎNES LES PLUS ACTIVES EN TERMES D'INVESTISSEMENTS EN 2016 (en M€)



Source : CNC.

L'ÉCONOMIE DES CHAÎNES NUMÉRIQUES

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 2016 à 8 597,5 M€, répartis de la façon suivante :

- 66 % sont réalisés par les chaînes gratuites : TF1, France Télévisions (France 2, France 3, France 4 ⁽²⁾, France 5, France Ô, et franceinfo.), M6, les chaînes gratuites privées de la TNT créées en 2005 (BFM TV, Direct 8, Direct Star, Gulli, i>Télé, NRJ 12, NT1, TMC et W9), les chaînes gratuites de la TNT créées en 2012 (HD1, L'Equipe 21, 6ter, Numéro 23, RMC Découverte et Chérie 25) et LCI ;
- 34 % sont réalisés par les chaînes payantes (dont les chaînes Canal+ ⁽³⁾) diffusées sur la TNT, le câble, le satellite ou l'ADSL.

CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL DE L'ENSEMBLE DES CHAÎNES EN 2016

	CA 2016 (en M€)	ÉVOLUTION 2015/2016	PART DU TOTAL
Total chaînes gratuites	5 693,1	3 %	66 %
TF1	1 200,9	-2 %	14 %
M6	658,6	2 %	8 %
France Télévisions	3 007,9	3 %	35 %
Chaînes TNT 2005	656,7	5 %	8 %
Chaînes TNT 2012	155,3	22 %	2 %
LCI	13,7	NS	0 %
Total chaînes payantes	2 904,4	-1 %	34 %
Les chaînes Canal+	1 704,0	-5 %	20 %
Autres chaînes payantes	1 200,4	6 %	14 %
TOTAL	8 597,5	1 %	100 %

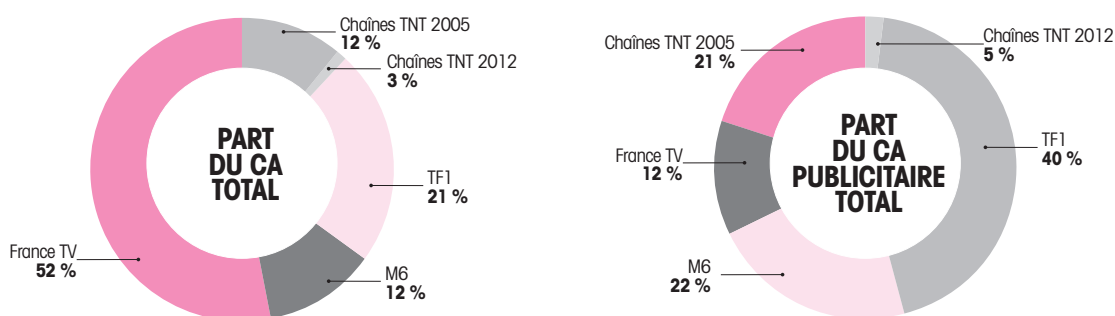
Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis.

1. BILAN FINANCIER DES CHAÎNES GRATUITES EN 2016

DONNÉES DE CADRAGE

En 2016, le groupe France Télévisions ⁽⁴⁾ concentre 52 % du chiffre d'affaires du secteur ⁽⁵⁾ et les chaînes TF1 et M6 plus de 62 % du chiffre d'affaires publicitaire total.

POIDS DE CHAQUE CHAÎNE OU ENSEMBLE DE CHAÎNES DANS LE CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL ET DANS LE CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE DES CHAÎNES GRATUITES EN 2016



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

⁽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 2015 de 85 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.

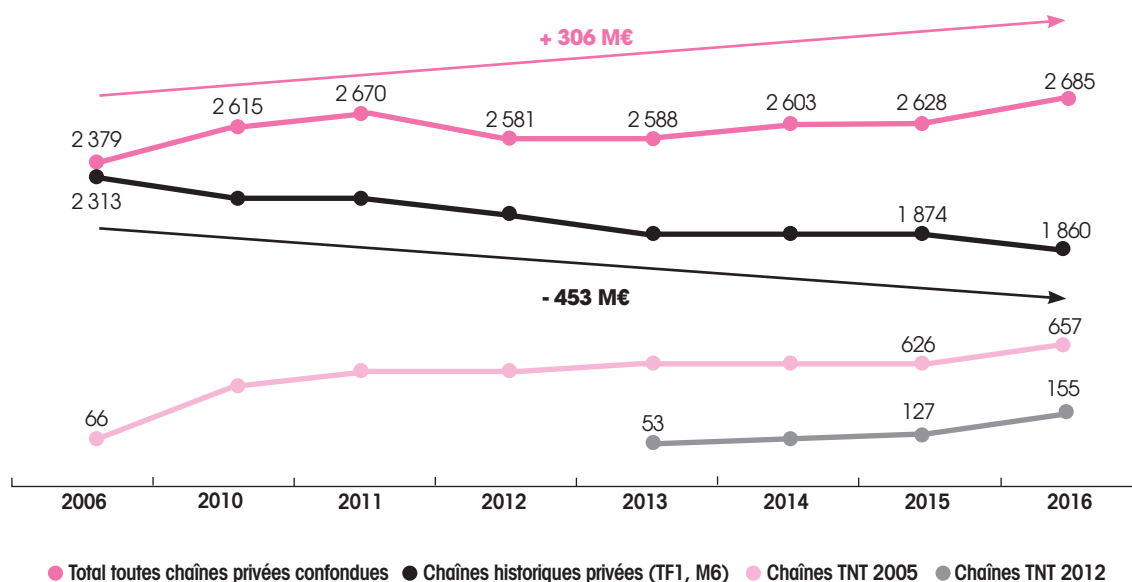
⁽³⁾ L'appellation « Les Chaînes Canal+ » regroupe les chaînes suivantes : Canal+, Canal+ Cinéma, Canal+ Sport, Canal+ Série, Canal+ Family et Canal+ Décadé.

⁽⁴⁾ Source : Comptes sociaux 2016 de France Télévisions SA.

⁽⁵⁾ Le chiffre d'affaires « édition » du groupe TF1 représente en 2016, 25 % du chiffre d'affaires total des chaînes gratuites, et celui du groupe M6, 14 %.

Les chaînes historiques privées TF1 et M6 restent prépondérantes dans l'économie du secteur privé de la télévision : elles réalisent à elles deux un chiffre d'affaires total plus de deux fois supérieur aux 16 autres chaînes privées (1 860 M€ contre 812 M€). Cependant, leur chiffre d'affaires est en érosion constante depuis 11 ans.

ÉVOLUTION DEPUIS 2006 DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES CHÂÎNES GRATUITES PRIVÉES CLASSÉES PAR CATÉGORIE DE CHÂÎNES (en M€ et sans LCI)



● Total toutes chaînes privées confondues ● Chaînes historiques privées (TF1, M6) ● Chaînes TNT 2005 ● Chaînes TNT 2012

Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs. Ce graphique contient des arrondis. Rem : le chiffre d'affaires de LCI est intégré dans le total du chiffre d'affaires des chaînes privées gratuites, mais pas dans les agrégats chaînes TNT 2005 et chaînes TNT 2012.

1-1 ANALYSE DES ÉVOLUTIONS CONSTATÉES EN 2016

En 2016, le chiffre d'affaires réalisé par les 24 chaînes gratuites étudiées⁽⁶⁾ est en augmentation de 2,9 % (+159 M€). Cette augmentation globale, après deux années de stabilité, est portée par l'augmentation du chiffre d'affaires du groupe public (+3,4 %) et par celui, plus modeste, des chaînes privées (+2,2 %). Cependant, globalement, la santé économique du secteur se dégrade : pour la première fois, le résultat d'exploitation de l'ensemble des chaînes privées est négatif.

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES ET DU CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE DES CHÂÎNES GRATUITES EN 2016

CHÂÎNES	CHIFFRE D'AFFAIRES				CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE			
	Rappel 2015 (en M€)	2016 (en M€)	Évolution 2015/2016 (en %)	Évolution 2015/2016 (en valeur absolue, en M€)	Rappel 2015 (en M€)	2016 (en M€)	Évolution 2015/2016 (en %)	Évolution 2015/2016 (en valeur absolue, en M€)
Chaînes gratuites privées (18 chaînes)	2 627,5	2 685,2	2 %	57,7	2 566,4	2 606,4	2 %	40,0
Chaînes gratuites publiques (6 chaînes)	2 907,0	3 007,9	3 %	100,9	338,5	350,3	3 %	11,8
Total chaînes gratuites	5 534,3	5 693,1	3 %	158,8	2 904,9	2 956,7	2 %	51,8

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

⁽⁶⁾ Deux nouvelles chaînes d'information sont, depuis 2016, diffusées gratuitement sur la TNT : LCI, éditée par le groupe TF1 qui était jusqu'au 4 avril 2016 une chaîne payante de la TNT, et franceinfo, créée par le groupe France Télévisions en lien avec Radio France, France Média Monde et l'INA, et diffusée depuis le 1^{er} septembre 2016. Cependant, l'intégration de ces deux chaînes dans le périmètre de cette étude a peu d'impact sur l'augmentation du chiffre d'affaires total du secteur en 2016 : le chiffre d'affaires de LCI reste modeste et celui de franceinfo est intégré au sein de celui du groupe France Télévisions.

ÉVOLUTION DU RÉSULTAT D'EXPLOITATION ET DU RÉSULTAT NET DES CHÂÎNES GRATUITES EN 2016

CHÂÎNES	RÉSULTAT D'EXPLOITATION				RÉSULTAT NET			
	Rappel 2015 (en M€)	2016 (en M€)	Évolution 2015/2016 (en %)	Évolution 2015/2016 (en valeur absolue, en M€)	Rappel 2015 (en M€)	2016 (en M€)	Évolution 2015/2016 (en %)	Évolution 2015/2016 (en valeur absolue, en M€)
Chaînes gratuites privées (18 chaînes)	36,4	-82,0	-	-118,4	386,5	25,1	-94 %	-361,4
Chaînes gratuites publiques (6 chaînes)	-60,1	-32,2	-46 %	27,9	-12,7	36,0	-	48,7
TOTAL CHÂÎNES GRATUITES	-23,7	-114,2	382 %	-90,5	373,8	61,1	-84 %	-312,7

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

UNE LÉGÈRE AUGMENTATION DES RESSOURCES DU GROUPE FRANCE TÉLÉVISIONS

Le groupe France Télévisions enregistre en 2016 une hausse de 3,5 % de son chiffre d'affaires (+101 M€), grâce notamment à l'augmentation dans les mêmes proportions de ses recettes publicitaires (+12 M€), à l'inscription dans son chiffre d'affaires de 35,5 M€ de « produits constatés d'avance »⁽⁷⁾ et à l'augmentation de 1,2 % (soit 29 M€) du montant des ressources publiques qui lui sont allouées. Ces dernières représentent 83,5 % de son chiffre d'affaires en 2016 soit 2 510,2 M€. Le résultat d'exploitation du groupe France Télévisions est toujours négatif (-32,2 M€) mais il n'a cessé de s'améliorer depuis 2013⁽⁸⁾. Son résultat net est positif pour la première fois depuis 2012 (36 M€).

UNE CROISSANCE DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES CHÂÎNES PRIVÉES TOUJOURS PORTÉE PAR LES CHÂÎNES TNT 2005 ET TNT 2012

La croissance du chiffre d'affaires des chaînes privées gratuites atteint 2,2 % en 2016 (contre +1 % en 2015), soit une augmentation en valeur absolue de 58 M€.

Cette croissance est essentiellement réalisée par les chaînes de la TNT 2005 (+4,9 %), de la TNT 2012 (+28 M€ soit une croissance de 22 % de leur chiffre d'affaires) ainsi que par l'inclusion dans le périmètre étudié de la chaîne LCI.

Le chiffre d'affaires de M6 est en hausse de +2,3 % (soit +15 M€) alors que celui de la chaîne TF1 enregistre une nouvelle baisse (-2,4 % soit -29 M€)⁽⁹⁾.

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL ET DU CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE DE L'ENSEMBLE DES CHÂÎNES GRATUITES EN 2016

CHÂÎNES	CHIFFRE D'AFFAIRES				CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE			
	2015 (en M€)	2016 (en M€)	Évolution 2015/2016 (en %)	Évolution 2015/2016 (en valeur absolue, en M€)	2015 (en M€)	2016 (en M€)	Évolution 2015/2016 (en %)	Évolution 2015/2016 (en valeur absolue et M€)
Chaînes historiques privées gratuites :	1 873,8	1 859,5	-1 %	-14,3	1 855,7	1 838,8	-1 %	-16,9
TF1	1 230,2	1 200,9	-2 %	-29,3	1 218,8	1 188,5	-2 %	-30,3
M6	643,6	658,6	2 %	15,0	636,9	650,3	2 %	13,4
Autres chaînes privées gratuites :	753,5	825,7	10 %	72,2	710,7	767,6	8 %	56,9
Chaînes TNT 2005 et LCI (en 2016)	626,2	670,4	7 %	44,2	585,4	615,4	5 %	30,0
Chaînes TNT 2012	127,3	155,3	22 %	28,0	125,3	152,2	21 %	26,9
TOTAL CHÂÎNES PRIVÉES GRATUITES	2 627,3	2 685,2	2 %	57,9	2 566,4	2 606,4	2 %	40,0

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

UN RÉSULTAT D'EXPLOITATION DE L'ENSEMBLE DES CHÂÎNES GRATUITES PRIVÉES NÉGATIF POUR LA PREMIÈRE FOIS

Pour la première année, le résultat d'exploitation des chaînes gratuites privées est globalement négatif (-82 M€). Les résultats d'exploitation certes positifs de TF1 et M6, mais en baisse par rapport à 2015 (respectivement -47,3 M€ et -9,3 M€), ne viennent plus équilibrer les résultats d'exploitation toujours négatifs depuis 2005 (sauf en 2011) de l'ensemble des autres chaînes privées gratuites.

⁽⁷⁾ France Télévisions a inscrit dans son chiffre d'affaires 35,5 M€ de « produits constatés d'avance, correspondant à la quote-part de contribution à l'audiovisuel public affectée au financement des droits sportifs des Jeux Olympiques » (source : Rapport de gestion 2016 de France Télévisions).

⁽⁸⁾ Le résultat d'exploitation de France Télévisions s'élevait à -87,4 M€ en 2013, à -80,9 M€ en 2014 et à -60,1 M€ en 2015.

⁽⁹⁾ Cf. graphique p XX présentant l'évolution du chiffre d'affaires de TF1.

Prises globalement, les chaînes de la TNT 2005 accusent en 2016 une nouvelle baisse importante du total de leurs résultats d'exploitation. Elle est due essentiellement à la détérioration des résultats des chaînes du groupe Canal Plus (C8, CStar et CNews) et à l'intégration dans le périmètre de la chaîne LCI, déficitaire en 2016. Sur les neuf chaînes de l'agrégat TNT 2005, seules deux sont bénéficiaires (BFM TV et Gulli).

Les chaînes de la TNT 2012 ont toutes réduit individuellement le niveau de leurs déficits d'exploitation, sauf RMC Découverte. 6ter est bénéficiaire en 2016.

Le résultat net des chaînes privées gratuites, largement positif en 2015 (+387 M€), se détériore également en 2016 et, bien que positif, est en nette diminution par rapport à 2015 pour s'établir à 25,1 M€.

Cette dégradation tient essentiellement à la forte baisse du résultat net de TF1 par rapport à 2015 (-271 M€). En effet, le compte de résultat 2015 de cette chaîne présentait 373 M€ de plus-value de cession des titres Eurosport inscrits en « produit exceptionnel ».

Les chaînes de la TNT 2005 affichent également une dégradation de leur résultat net.

RÉSULTAT D'EXPLOITATION ET RÉSULTAT NET DES CHAÎNES PRIVÉES GRATUITES EN 2016

CHAÎNES	RÉSULTAT D'EXPLOITATION				RÉSULTAT NET			
	2015 (en M€)	2016 (en M€)	Évolution 2015/2016 (en %)	Évolution 2015/2016 (en valeur absolue)	2015 (en M€)	2016 (en M€)	Évolution 2015/2016 (en %)	Évolution 2015/2016 (en valeur absolue)
Chaînes historiques privées gratuites :	177,9	121,3	-32 %	-56,6	510,7	234,0	-54 %	-276,7
TF1	78,1	30,8	-61 %	-47,3	402,2	131,5	-67 %	-270,7
M6	99,8	90,5	-9 %	-9,3	108,5	102,5	-6 %	-6,0
Autres chaînes privées gratuites :	-141,5	-203,3	44 %	-61,8	-124,2	-208,9	68 %	-84,7
Chaînes TNT 2005 et LCI (en 2016)	-67,4	-152,3	126 %	-84,9	-66,4	-156,4	136 %	-90,0
Chaînes TNT 2012	-74,1	-51,0	-31 %	23,1	-57,8	-52,5	-9 %	5,3
TOTAL CHAÎNES PRIVÉES GRATUITES	36,4	-82,0	-	-118,4	386,5	25,1	-94 %	-361,4

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

Parmi les chaînes de la TNT 2005 et de la TNT 2012, seules trois ont atteint l'équilibre, BFM TV, Gulli et 6ter.

UNE ÉVOLUTION DES CHARGES D'EXPLOITATION DES CHAÎNES PRIVÉES GRATUITES GLOBALEMENT EN COHÉRENCE AVEC CELLE DE LEUR CHIFFRE D'AFFAIRES

Prises globalement et à périmètre constant (hors LCI), les charges d'exploitation de l'ensemble des chaînes privées gratuites suivent la progression de leur chiffre d'affaires (+2 %).

Cependant, celles des chaînes de la TNT 2012 connaissent une baisse de 6 % (après une progression de 20 % en 2015) alors même que leur chiffre d'affaires croît de 22 % en 2016.

CHARGES D'EXPLOITATION DES CHAÎNES PRIVÉES GRATUITES EN 2016

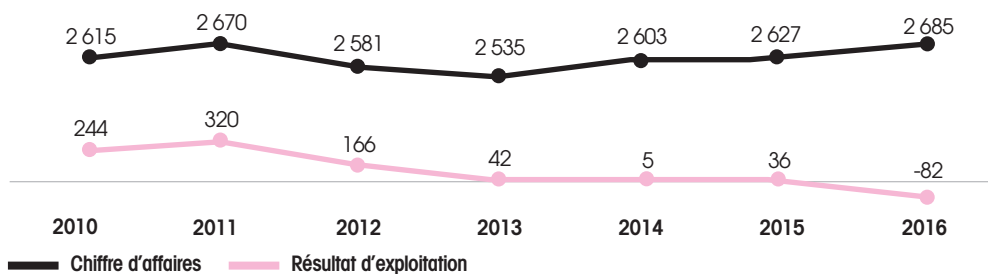
CHAÎNES	CHARGES D'EXPLOITATION			
	2015 (en M€)	2016 (en M€)	Évolution 2015/2016 (en %)	Évolution 2015/2016 (en M€, valeur absolue)
Chaînes historiques privées gratuites :	1 972,7	2 012,5	2 %	39,8
TF1	1 294,9	1 295,5	0 %	0,6
M6	677,8	717,0	6 %	39,2
Autres chaînes privées gratuites :	954,6	1 070,8	12 %	116,2
Chaînes TNT 2005 et LCI (en 2016)	728,0	858,7	18 %	130,7
Chaînes TNT 2012	226,6	212,1	-6 %	-14,5
TOTAL CHAÎNES PRIVÉES GRATUITES	2 927,3	3 083,3	5 %	156,0

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

1.2 ANALYSE DE L'ÉVOLUTION DE L'ÉCONOMIE DES CHÂÎNES PRIVÉES GRATUITES DEPUIS 2010

Dans un contexte de croissance régulière du nombre de chaînes gratuites (18 chaînes jusqu'en 2012, 24 entre 2013 et 2015, et 26 en 2016), le chiffre d'affaires des chaînes privées gratuites prises globalement est stable depuis 2010. Cependant, le total de leur résultat d'exploitation ne cesse de se détériorer.

CHIFFRE D'AFFAIRES ET RÉSULTAT D'EXPLOITATION DES CHÂÎNES PRIVÉES GRATUITES DEPUIS 2010 (en M€)



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

1.3 ANALYSE PAR GROUPE

Seuls les résultats d'exploitation des groupes M6 et NextRadioTV sont positifs en 2016 (respectivement 90 M€ et 7 M€), portés par une augmentation de leurs chiffres d'affaires, respectivement de +14 % et de +15 %. Le groupe M6 bénéficie des bons résultats de la chaîne 6ter (seule chaîne de la TNT 2012 à être bénéficiaire en 2016) et le groupe NextRadioTV de l'augmentation de 66 % du résultat d'exploitation de sa chaîne BFM TV, dont le chiffre d'affaires augmente parallèlement de 13 %.

Les autres groupes présentent des résultats d'exploitation cumulés négatifs, y compris le groupe TF1 (-32,5 M€) et cela pour la première fois. Cette situation nouvelle pour le groupe tient, d'une part, à la baisse de 47 M€ du résultat d'exploitation de la chaîne TF1 et, d'autre part, à l'intégration dans le périmètre de la chaîne LCI. En 2016, sur les 4 chaînes éditées par le groupe TF1, seule la chaîne TF1 est excédentaire.

L'activité dans la télévision gratuite du groupe Canal Plus, déficitaire depuis 2005, accuse en 2016 une nouvelle dégradation de ses résultats.

CHIFFRE D'AFFAIRES, CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE ET AUDIENCE, PAR GROUPE, RÉALISÉS DANS L'ÉDITION DE CHÂÎNES GRATUITES EN 2016

GROUPES CHÂÎNES ÉTUDIÉES	CHIFFRE D'AFFAIRES				CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE				AUDIENCE	
	2015 (en M€)	2016 (en M€)	Évolution 2015/2016 (en %)	Part du total (en %)	2015 (en M€)	2016 (en M€)	Évolution 2015/2016 (en %)	Part du total (en %)	Part d'audience en 2016	Évolution 2015/2016 (en %)
GROUPE FRANCE TÉLÉVISIONS <i>F2, F3, F4, F5, FO, franceinfo:</i>	2 907,0	3 007,9	3 %	53 %	338,5	350,3	3 %	12 %	28,6	-2 %
GROUPE TF1 <i>TF1, TMC, TF1 Séries Films*, TFX*, LCI</i>	1 407,8	1 405,5	0 %	25 %	1 393,5	1 376,2	-1 %	47 %	27,4	-1 %
GROUPE M6 <i>M6, W9, 6ter</i>	755,3	782,4	4 %	14 %	748,0	773,0	3 %	26 %	14,1	4 %
GROUPE CANAL+ <i>C8, CStar, CNews</i>	217,8	230,2	6 %	4 %	189,3	206,3	9 %	7 %	5,5	-2 %
NRJ GROUP <i>NRJ 12, Chérie 25</i>	69,5	70,4	1 %	1 %	69,5	70,0	1 %	2 %	2,8	12 %
GROUPE NEXTRADIOTV <i>BFM TV, RMC Découverte</i>	94,5	108,5	15 %	2 %	91,3	101,5	11 %	3 %	4,1	17 %
AUTRES CHÂÎNES <i>Gulli, La Chaîne l'Equipe, Numéro 23</i>	82,2	88,1	7 %	2 %	74,8	79,5	6 %	3 %	3,3	18 %
TOTAL CHÂÎNES GRATUITES	5 534,3	5 693,1	3 %	100 %	2 904,9	2 956,7	2 %	100 %	85,8	3 %

Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs et Médiamétrie, part d'audience 4 ans et+. Ce tableau contient des arrondis.
*TF1 Séries Films et TFX sont les nouvelles dénominations des chaînes HD1 et NT1.

RÉSULTAT D'EXPLOITATION ET RÉSULTAT NET DES CHAÎNES PRIVÉES GRATUITES EN 2016

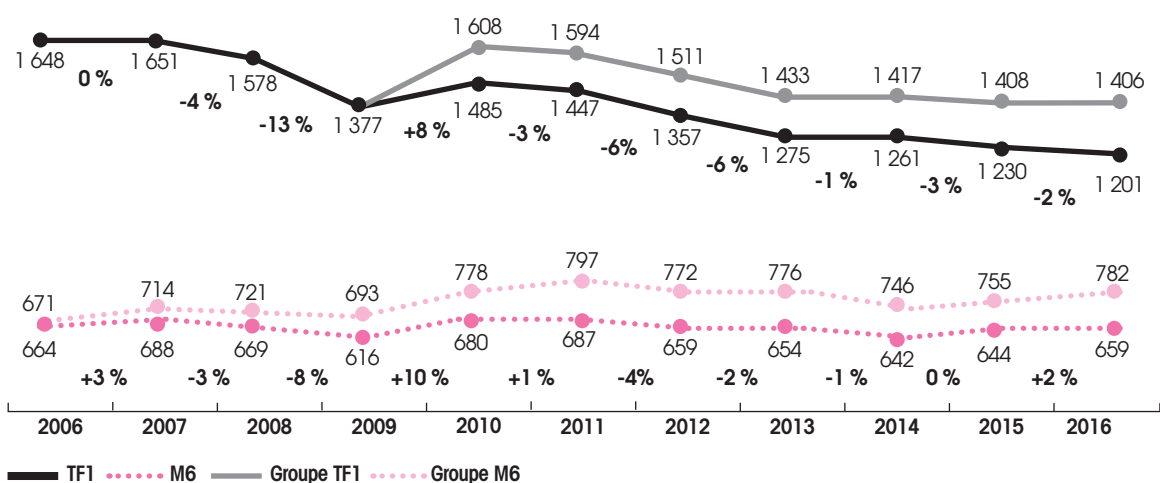
CHAÎNES	RÉSULTAT D'EXPLOITATION			RÉSULTAT NET		
	2015 (en M€)	2016 (en M€)	Évolution 2015/2016 (en %)	2015 (en M€)	2016 (en M€)	Évolution 2015/2016 (en %)
Groupe France Télévisions F2, F3, F4, F5, FO, franceinfo:	-60,1	-32,2	-46 %	-12,7	36,0	-
Groupe TF1 TF1, TMC, TF1 Séries Films*, TFX*, LCI	53,7	-32,5	-161 %	382,4	69,8	-82 %
Groupe M6 M6, W9, 6ter	93,1	90,1	-3 %	101,9	101,8	0 %
Groupe Canal+ C8, CStar, CNews	-44,4	-90,0	103 %	-46,3	-92,3	99 %
NRJ Group NRJ 12, Chérie 25	-50,5	-43,2	-14 %	-32,7	-43,5	33 %
Groupe NextRadioTV BFM TV, RMC Découverte	4,0	6,8	70 %	3,2	4,0	25 %
Autres chaînes La Chaîne l'Équipe, Numéro 23, Gulli	-19,6	-13,2	-33 %	-22,2	-14,7	-34 %
TOTAL CHAÎNES GRATUITES	-23,7	-114,2	382 %	373,6	61,1	-84 %

Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs et Médiamétrie, part d'audience 4 ans et+. Ce tableau contient des arrondis.
*TF1 Séries Films et TFX sont les nouvelles dénominations des chaînes HD1 et NT1.

Depuis 2016, le chiffre d'affaires du groupe TF1 a diminué de 15 %. Pourtant, l'offre de chaînes gratuites de ce groupe n'a cessé de s'élargir, passant d'une chaîne unique en 2006, à trois chaînes en 2010, quatre en 2013 et cinq en 2016. Cet élargissement de périmètre n'a pas compensé l'érosion des audiences réalisées par ce groupe, qui passent de 31,6 % de part de marché pour la seule chaîne TF1 en 2006 à 27,4 % de part de marché cumulée pour les cinq chaînes du groupe en 2016 (soit une baisse de 13 %). Au cours des dernières années, le groupe TF1 est toutefois parvenu à amortir les difficultés rencontrées par sa chaîne principale TF1. Ainsi, sur la période 2013-2016, le groupe TF1 a enregistré une perte de chiffre d'affaires de 27 M€ (-2 %) alors que TF1 perdait 74 M€ (-6 %).

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 de 17 % du chiffre d'affaires « édition » et de 13 % de son audience globale, toutes chaînes gratuites confondues (14,1 % de part d'audience pour les trois chaînes gratuites du groupe M6 en 2016, pour 12,1 % pour la chaîne M6 en 2006).

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



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

CROISSANCE RAISONNÉE EN 2016 DES CHARGES D'EXPLOITATION

Les charges cumulées des chaînes gratuites éditées par le groupe Canal Plus sont celles qui ont connu la plus forte croissance en valeur relative (+22 %).

CHARGES D'EXPLOITATION, PAR GROUPE, DES CHAÎNES GRATUITES EN 2016

GROUPES CHAÎNES ÉTUDIÉES	CHARGES D'EXPLOITATION			
	2015 (en M€)	2016 (en M€)	Évolution 2015 / 2016 (en %)	Évolution en valeur absolue (en M€)
GROUPE FRANCE TÉLÉVISIONS <i>F2, F3, F4, F5, FO, franceinfo:</i>	4 135,3	4 190,3	1 %	55,0
GROUPE TF1 <i>TF1, TMC, TF1 Séries Films*, TFX*, LCI</i>	1 500,1	1 569,2	5 %	69,1
GROUPE M6 <i>M6, W9, 6ter</i>	818,9	858,1	5 %	39,2
GROUPE CANAL+ <i>C8, CStar, CNews</i>	268,4	327,2	22 %	58,8
NRJ GROUP <i>NRJ 12, Chérie 25</i>	122,3	122,2	0 %	-0,1
GROUPE NEXTRADIOTV <i>BFM TV, RMC Découverte</i>	91,0	103,8	14 %	12,8
AUTRES CHAÎNES <i>Gulli, La Chaîne L'Équipe, Numéro 23</i>	126,7	102,8	-19 %	-23,9
TOTAL CHAÎNES GRATUITES	7 062,7	7 273,6	3 %	210,9

*TF1 Séries Films et TFX sont les nouvelles dénominations des chaînes HD1 et NT1.
Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis.

2. BILAN FINANCIER DES CHAÎNES PAYANTES EN 2016

REMARQUES MÉTHODOLOGIQUES

Cette étude a été réalisée à partir des données financières extraites des bilans et comptes de résultats arrêtés au 31 décembre 2016 de 85 chaînes payantes (dont Les Chaînes Canal+) éditées par 45 sociétés ⁽¹⁰⁾.

Est ici considéré comme chaîne payante tout service de télévision qui n'est accessible que par la souscription à un abonnement 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.

Seuls les services payants conventionnés ou autorisés à vocation nationale diffusés en France métropolitaine en langue française sur une année entière ont été retenus dans cette étude, et cela quelle que soit leur plateforme de réception (TNT, satellite, câble, DSL, fibre ou réseau de téléphone mobile).

En revanche, ne sont pas pris en compte dans le périmètre de la présente étude : les services diffusés exclusivement sur internet, les services temporaires ou à caractère événementiel, et TV5 Monde compte tenu de son statut particulier.

Il convient de noter enfin que :

- deux nouveaux services ont été pris en compte dans ce bilan : BFM Business et Elle Girls ;
- quatre services ne font plus partie du périmètre de cette étude : Africa 24, June, Campagne TV et LCI (autorisé fin 2015 pour une diffusion sur la TNT gratuite à partir de 2016) ;
- ne sont pas comptabilisés les services dont le chiffre d'affaires annuel est inférieur à 0,4 M€.

Douze sociétés éditent plusieurs services :

- AB Thématiques (11 chaînes) : AB Moteurs, AB1, Action, Animaux, Chasse et Pêche, Ciné Polar, Ciné FX, Science & Vie TV, Trek, Mangas et Toute l'Histoire ;
- Multithématiques (10 chaînes) : Ciné+ Premier, Ciné+ Emotion, Ciné+ Frisson, Ciné+ Classic, Ciné+ Famiz, Ciné+ Club, Comédie+, Piwi+, Télétoon+, Seasons ;
- Lagardère Thématiques (7 chaînes) : Canal J, Elle Girls, Tiji, MCM, MCM TOP, RFM TV et Virgin Radio TV ;
- Planète Câble (3 chaînes) : Planète+, Planète+ Crime et Investigation et Planète+ A&E ;
- OCS (4 chaînes) : OCS Choc, OCS Max, OCS Géants et OCS City ;
- Trace TV (3 chaînes) : Trace Urban, Trace Africa et Trace Tropical ;
- Disney Channel (3 chaînes) : Disney Channel, Playhouse Junior et Disney XD ;

⁽¹⁰⁾ Les comptes de résultat ne permettent pas d'isoler l'activité réalisée hors France des chaînes étudiées.

- 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+ ⁽¹⁾ et Infosport+ ;
- Equidia SA (2 chaînes) : Equidia Life et Equidia Live ;
- Game One SAS (2 chaînes) : Game One et J-One ;
- Home Shopping Service (2 chaînes) : M6 Boutique et Best of Shopping.

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

PÉRIMÈTRE DES SERVICES PAYANTS RETENUS DANS L'ÉTUDE

CHAÎNES CONVENTIONNÉES				CHAÎNES AUTORISÉES
13 ^{ÈME} RUE	POLAR	M6 BOUTIQUE AND CO	PLANETE+ CRIME ET INVESTIGATION	CANAL+
AB1	COMEDIE+	M6 MUSIC	PLANETE+ A&E	PARIS PREMIERE
AB MOTEURS	DEMAIN	MA CHAINE ETUDIANTE	QVC	PLANETE+
ACTION	DISNEY CHANNEL	MANGAS	RFM TV	
ANIMAUX	DISNEY JUNIOR	MCM	SFR SPORT 2	
ASTROCENTER	DISNEY XD	MCM TOP	SEASONS	
BFM BUSINESS	ELLE GIRLS	MELODY TV	SERIE CLUB	
BEINSPORTS 1	ENCYCLO	MEZZO	SPORT 365	
BEINSPORTS 2	EQUIDIA LIFE	MOTORS TV	TELESUD	
BEINSPORTS 3	EQUIDIA LIVE	NO LIFE	TELETOON+	
BERBERE TV	ESCALES	NON STOP PEOPLE	TEVA	
BEST OF SHOPPING	EURONEWS	NRJ HITS	TUJ	
CANAL J	EUROSPORT	OL TV	TOUTE L'HISTOIRE	
CHASSE ET PECHE	GAME ONE	OMTV	TRACE AFRICA	
CINE+ CLUB	GIRONDINS TV	ONZEO	TRACE URBAN	
CINE+ CLASSICS	HISTOIRE	OCS CHOC	TRACE TROPICAL	
CINE+ EMOTION	INFOSPORT+	OCS GEANTS	TV BREIZH	
CINE+ FAMIZ	J ONE	OCS MAX	USHUAÏA TV	
CINE+ FRISSON	KTO	OCS CITY	VIRGIN RADIO TV	
CINE+ PREMIER	LA CHAINE METEO	PIWI+	VIVOLTA	
CINE FX			VOYAGE	
82 CHAÎNES				3 CHAÎNES
85 CHAÎNES				

Source : CSA.

2.1. BILAN FINANCIER DES CHAÎNES PAYANTES POUR L'ANNÉE 2016 : ANALYSE DES ÉVOLUTIONS CONSTATÉES EN 2016

UNE BAISSÉ GLOBALE DES PERFORMANCES DU SECTEUR DE L'ÉDITION DE CHAÎNES PAYANTES

Le chiffre d'affaires de l'ensemble des 85 chaînes payantes étudiées accuse une légère baisse en 2016 (-1 %) et s'établit à 2 904,4 M€. Le total des résultats d'exploitation de ces chaînes est en forte baisse (-69 %) par rapport à 2015 et atteint un niveau de déficit inédit depuis que cette étude est réalisée (2009).

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES CHAÎNES PAYANTES EN 2016 (en M€)

CHAÎNES	CA 2015 (88 chaînes)	CA 2016 (86 chaînes)	ÉVOLUTION 2015 / 2016 (en valeur)	ÉVOLUTION 2015 / 2016 (en %)	PART DU TOTAL EN 2016 (en %)
Les Chaînes Canal+	1 802,0	1 704,0	-98,0	-5 %	59 %
Autres chaînes payantes	1 137,3	1 200,4	63,1	6 %	41 %
TOTAL	2 939,3	2 904,4	-34,9	-1 %	100 %

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

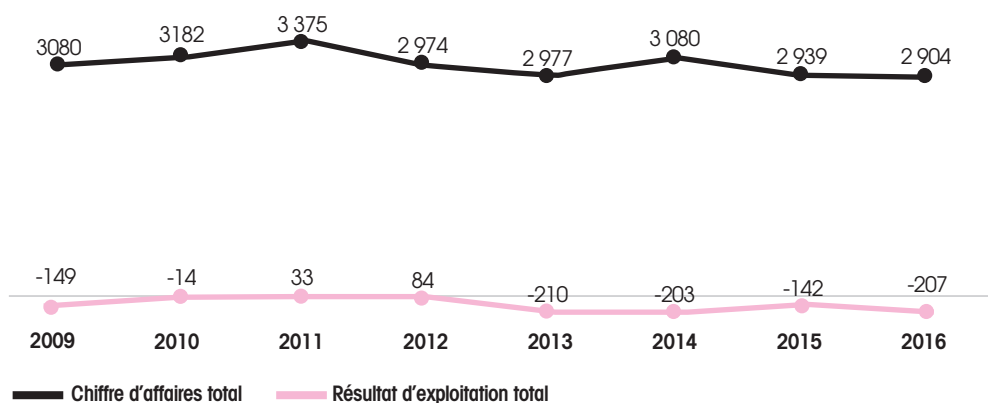
⁽¹⁾ L'appellation « Les Chaînes Canal+ » regroupe les services suivants : Canal+, Canal+ Cinéma, Canal+ Sport, Canal+ Family, Canal+ Séries et Canal+ Décalé. Elles sont comptabilisées comme une seule chaîne, puisque juridiquement elles n'ont qu'une convention avec le CSA et bénéficient du statut de chaîne à programmation multiple.

RÉSULTAT D'EXPLOITATION DES CHÂÎNES PAYANTES EN 2016 (en M€)

CHÂÎNES	CA 2015 (88 chaînes)	CA 2016 (86 chaînes)	ÉVOLUTION 2015 / 2016 (en valeur)	ÉVOLUTION 2015 / 2016 (en %)
Les Chaînes Canal+	64,0	20,0	-44,0	-69 %
Autres chaînes payantes	-206,0	-227,1	-21,1	10 %
TOTAL	-142,0	-207,1	-65,1	46 %

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

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



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

La légère baisse en 2016 du chiffre d'affaires de l'ensemble des chaînes payantes s'explique par un double mouvement contraire :

- d'une part, la diminution de 98 M€ du chiffre d'affaires des chaînes Canal+ (soit une baisse de 5 %) ;
- d'autre part, l'augmentation de 63 M€ du chiffre d'affaires des autres chaînes payantes (soit une hausse de 6 %), tendance qui s'explique notamment par la forte croissance du chiffre d'affaires des chaînes beIN SPORTS.

Le poids des Chaînes Canal+ dans l'économie globale des chaînes payantes est toujours prépondérant : leur chiffre d'affaires représente toujours 59 % du total du chiffre d'affaires réalisé par l'ensemble des chaînes payantes étudiées.

La répartition du chiffre d'affaires total des chaînes payantes par type de recettes ne connaît pas d'évolution notable en 2016 : 84 % de ce chiffre d'affaires est toujours réalisé par les redevances versées par les distributeurs et 6 % est réalisé par des recettes publicitaires. Les « autres recettes » représentent 9 % du total.

2.1.1. LES CHÂÎNES CANAL+

Le chiffre d'affaires total de la Société d'Édition de Canal Plus (SECP), société éditrice des Chaînes Canal+, est de 1 704 M€ en 2016 (contre 1 802 M€ en 2015, soit une diminution de 5 %). Le chiffre d'affaires de cette société diminue régulièrement depuis 2014 (-4 % en 2014 et -4 % en 2015).

Près de 90 % de son chiffre d'affaires provient des recettes d'abonnement. Ces dernières sont toutefois en baisse de 5 % par rapport à l'exercice précédent ⁽¹²⁾.

Ses recettes publicitaires enregistrent une diminution.

Le résultat d'exploitation de SECP a diminué de 69 % en 2016 (passant de 64 M€ en 2015 à 20 M€ en 2016) et son résultat net de 67 % (passant de 57 M€ en 2015 à 19 M€ en 2016).

2.1.2 LES AUTRES CHÂÎNES PAYANTES (HORS LES CHÂÎNES CANAL+)

UNE AUGMENTATION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES CHÂÎNES PAYANTES HORS LES CHÂÎNES CANAL+

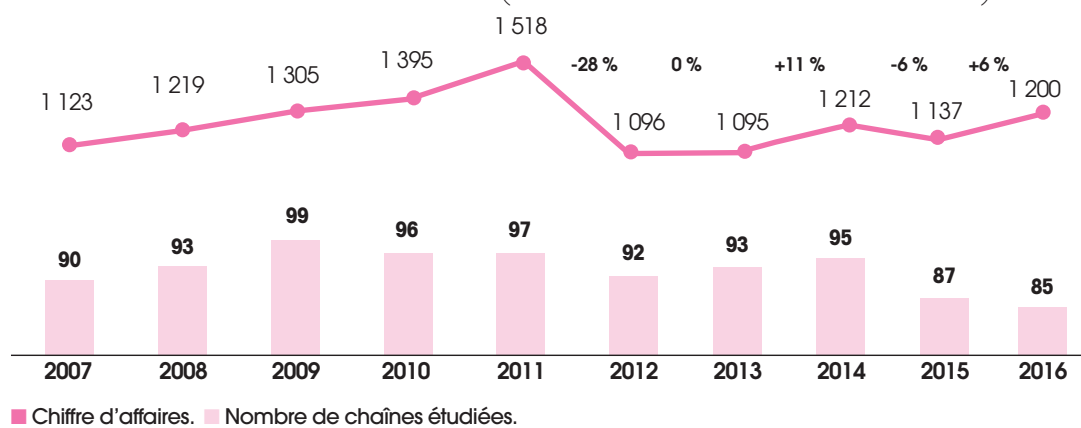
En 2016, le chiffre d'affaires cumulé des 84 chaînes payantes étudiées (hors Les Chaînes Canal+) a augmenté de 6 %. Cet accroissement du chiffre d'affaires succède à une baisse de 6 % constatée en 2015, due notamment à l'arrêt de

⁽¹²⁾ Les comptes de la SECP n'étant plus publics, le groupe Canal Plus n'a pas souhaité que le chiffre d'affaires publicitaire ainsi que le chiffre d'affaires distributeur réalisés par Les Chaînes Canal+ soient communiqués.

la diffusion d'un nombre significatif de chaînes cette année-là ⁽¹³⁾. L'augmentation en 2016 s'explique notamment par le chiffre d'affaires en forte hausse des chaînes beIN SPORTS, après une année de stabilité en 2015.

Sans ces chaînes sportives, le chiffre d'affaires des chaînes payantes aurait connu une baisse entre 2015 et 2016 en partie expliquée par la sortie du périmètre de cette étude de la chaîne LCI ⁽¹⁴⁾ et de la chaîne Infosport+ ⁽¹⁵⁾.

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

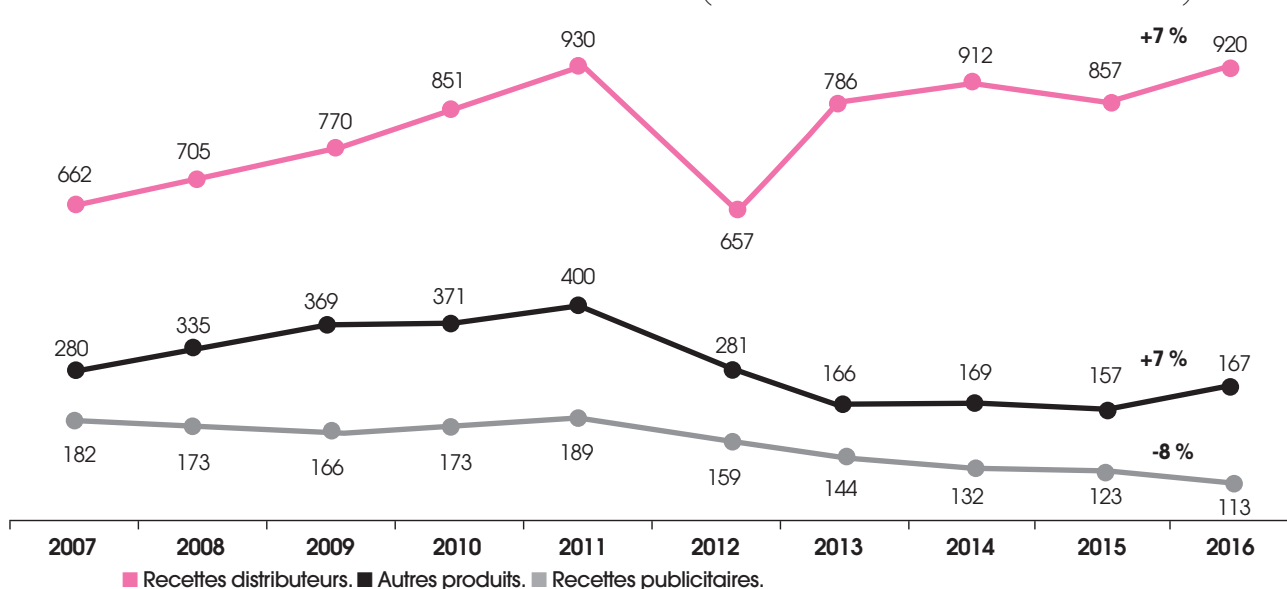


Source : CSA, d'après les déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis.

DÉCOMPOSITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES CHAÎNES PAYANTES HORS LES CHAÎNES CANAL+

Les recettes en provenance des distributeurs représentent toujours la grande majorité du chiffre d'affaires des chaînes payantes (80 %).

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.

Les recettes de distribution s'établissent à 920 M€ en 2016, en augmentation de 7 % par rapport à 2015, soit une augmentation en valeur absolue de 63 M€.

Cette augmentation s'explique principalement par l'augmentation des recettes de distribution enregistrées par les chaînes beINSPORTS, de celles, plus modérées, de SFR Sport 2 et des chaînes éditées par le groupe AB. Cette hausse compense notamment la sortie du périmètre de l'étude de la chaîne LCI.

Les recettes de distribution des autres chaînes n'enregistrent pas de variations notables.

⁽¹³⁾ La baisse en 2015 du chiffre d'affaires des chaînes payantes hors chaînes Canal+ était imputable notamment à l'arrêt de la diffusion d'un nombre significatif de chaînes éditées par les groupes Canal Plus (Jimmy, Maison+, Cuisine+, Planète Thalassa, Sport+), TF1 ou M6 (TF6, M6 Music Black et M6 Music Club).

⁽¹⁴⁾ Cette chaîne a été autorisée à être diffusée sur la TNT gratuite à partir du 4 avril 2016.

⁽¹⁵⁾ La société TPS Sport (éditrice de la chaîne Infosport+) a été dissoute en 2016, cette société ayant fait l'objet d'une fusion dans les comptes de SECP.

Les recettes publicitaires continuent de diminuer en 2016 (-8 % soit une baisse de 10 M€), après une baisse de 7 % en 2015 et de 9 % en 2014. Depuis 2011, ces recettes n'ont cessé de diminuer.

Cette baisse des recettes publicitaires touche un grand nombre de chaînes. Les chaînes beIN SPORTS enregistrent cependant une augmentation relativement significative de leurs recettes commerciales.

Les investissements publicitaires restent, comme les années précédentes, concentrés sur un petit nombre de sociétés. Six chaînes ou groupes de chaînes (Euronews, beIN SPORTS, Disney Channel, Téva, Game One/J One et Paris Première) concentrent plus de 50 % du total des ressources publicitaires en 2016.

RÉPARTITION DES SOCIÉTÉS ÉDITRICES PAR TRANCHE DE CHIFFRE D'AFFAIRES

Les 44 sociétés éditrices de chaînes payantes ont des économies très diverses.

SOCIÉTÉS ÉDITRICES DE CHAÎNES PAYANTES CLASSÉES SELON LE CHIFFRE D'AFFAIRES (CA) RÉALISÉ EN 2016

CA ≤ 5 M€	5 M€ ≤ CA < 15 M€	15 M€ ≤ CA < 40 M€	40 M€ ≤ CA < 80 M€	CA ≥ 80 M€
Astrocenter Berbère TV BFM Business TV Demain Girondins TV KTO M6 Music Ma Chaîne Etudiante Melody No Life NRJ Hits OMTV OLTV Onzéo QVC Télésud Vivolta	Histoire La Chaîne Météo Mezzo Moto TV Non Stop People Série Club Sport 365 TV Breizh Ushuaïa TV Voyage	13 ^{ème} Rue Best of Shopping/ M6 Boutique Equidia (2 chaînes) Game One/J One (2 chaînes) Ma chaîne Sport (3 chaînes) Paris Première Planète Câble (3 chaînes) Téva Trace TV (3 chaînes)	AB Thématiques (11 chaînes) Disney Channel (3 chaînes) Euronews Eurosport (2 chaînes) Lagardère Thématiques (8 chaînes) SFR Sport 2	beIN SPORTS (3 chaînes) MultiThématiques (10 chaînes) OCS (4 chaînes)

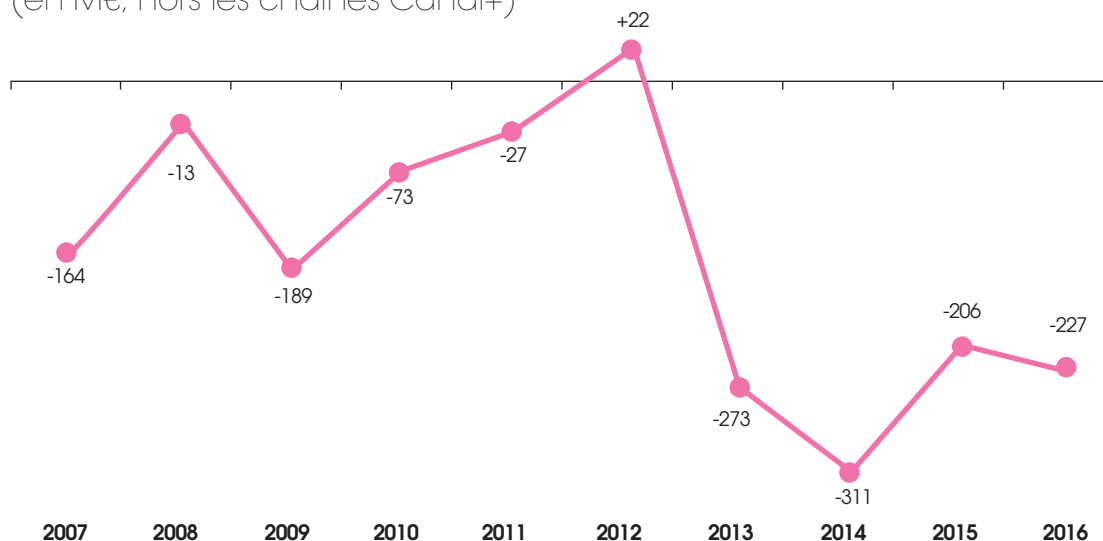
Source : CSA, d'après les déclarations des éditeurs.

UN RÉSULTAT D'EXPLOITATION ET UN RÉSULTAT NET TOUJOURS FORTEMENT NÉGATIFS

En 2016, l'addition des résultats d'exploitation de l'ensemble des chaînes payantes (hors Les chaînes Canal+) est toujours fortement négative (-227 M€) et en détérioration par rapport à 2015 (-10 %).

Comme en 2013 et en 2014, si le résultat d'exploitation fortement négatif de la société beIN SPORTS n'était pas intégré dans le cumul des résultats d'exploitation, ce dernier serait positif.

ÉVOLUTION SUR DIX ANS DU RÉSULTAT D'EXPLOITATION DES CHAÎNES PAYANTES (en M€, hors les chaînes Canal+)



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

Sur les 44 sociétés étudiées en 2016 :

- 27 sociétés présentent un résultat d'exploitation positif, parmi lesquelles 17 affichent un résultat d'exploitation supérieur à 1 M€. Deux présentent un résultat opérationnel supérieur à 10 M€ ;
- 17 sociétés affichent un résultat d'exploitation négatif, parfois très important.

Le total des résultats nets des chaînes payantes étudiées, après avoir été positif en 2011 et 2012, accuse une forte baisse depuis 2013, année de la prise en compte dans le périmètre étudié des chaînes beIN SPORTS.

ÉVOLUTION SUR DIX ANS DU RÉSULTAT NET DES CHAÎNES PAYANTES (en M€, hors les chaînes Canal+)

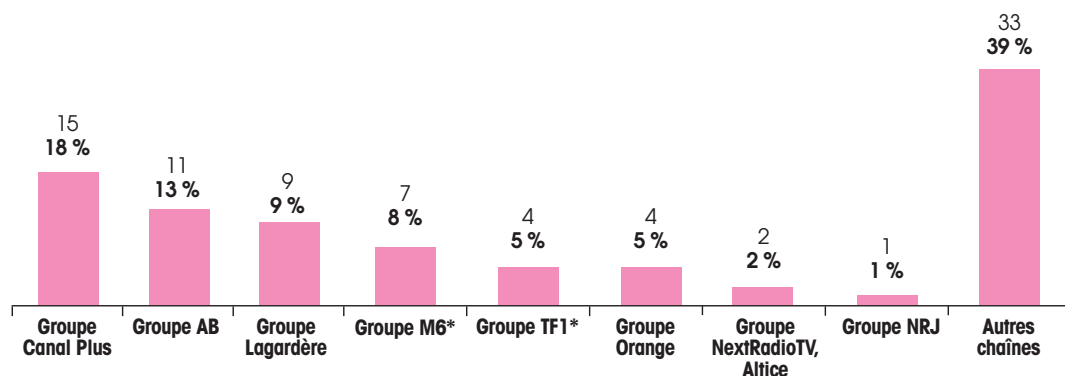


Source : CSA, d'après les déclarations des éditeurs. Ce graphique contient des arrondis.

2.2 ANALYSE FINANCIÈRE DES CHAÎNES PAYANTES PAR GROUPE⁽¹⁶⁾

Sur les 85 chaînes payantes étudiées, 52 sont éditées par des groupes audiovisuels français également présents dans l'édition de chaînes gratuites (à l'exception du groupe Orange), soit 60 % du total.

NOMBRE DE CHAÎNES PAYANTES ÉDITÉES PAR GROUPE EN 2016 ET PART RELATIVE DU CHIFFRE D'AFFAIRES SUR LE TOTAL DES CHAÎNES PAYANTES



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

* La chaîne TF6 est détenue à parité par les groupes TF1 et M6. Elle a été comptabilisée pour chacun de ces groupes comme une chaîne supplémentaire.

⁽¹⁶⁾ Il s'agit du cumul des résultats des chaînes éditées par un groupe audiovisuel donné. Les chaînes n'appartenant pas aux groupes audiovisuels mentionnés sont regroupées dans la catégorie « Autres chaînes ». Cette catégorie rassemble des chaînes indépendantes, une chaîne publique (Euronews) et des chaînes appartenant à des groupes audiovisuels internationaux.

ANALYSE DES ÉVOLUTIONS CONSTATÉES EN 2016

Le groupe Canal Plus demeure le premier acteur sur le marché de l'édition de chaînes payantes : son chiffre d'affaires réalisé dans l'édition de chaînes payantes représente 64 % du total.

Ce groupe, avec sa chaîne premium et ses déclinaisons (« Les chaînes Canal+ »⁽¹⁷⁾) ainsi que ses 14 chaînes thématiques, éditées par deux sociétés différentes⁽¹⁸⁾, réalise un chiffre d'affaires cumulé de 1 867,2 M€ en 2016. Cependant, ce chiffre d'affaires est en recul de 6 % par rapport à 2015, et cela après une baisse de 4 % constatée entre 2014 et 2015.

En excluant du périmètre d'analyse le chiffre d'affaires réalisé par Les Chaînes Canal+, les 14 chaînes payantes éditées par le groupe Canal Plus totalisent 14 % du chiffre d'affaires total des chaînes payantes en 2016 contre 16 % en 2015. Leur chiffre d'affaires baisse globalement de 10 % en 2016.

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES CHAÎNES PAYANTES VENTILÉ PAR GROUPE EN 2016 (avec et sans les chaînes Canal+, en M€)

GROUPE	CHAÎNES	CHIFFRE D'AFFAIRES 2015	CHIFFRE D'AFFAIRES 2016	VARIATION 2015/2016	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	1 802,0	1 704,0	-5 %		56 %
CHAÎNES THÉMATIQUES DU GROUPE CANAL PLUS	Ciné+ Premier, Ciné+ Club, Ciné+ Emotion, Ciné+ Frisson, Ciné+ Famiz, Ciné+ Classic, Comédie+, Infosport+, Pivi+, Planète+, Planète+ Crime et Investigation, Planète+ A&E, Seasons, Télétoon+	180,6	163,2	-10 %	14 %	6 %
TOTAL GROUPE CANAL PLUS		1 982,6	1 867,2	-6 %		64 %
GROUPE TF1	Histoire, LCI, TV Breizh, Ushuaïa TV, Série Club*	61,0	33,2	-46 %	3 %	1 %
GROUPE M6	Best of Shopping, Girondins TV, M6 Boutique and Co, M6 Music, Paris Première, Téva, Série Club*	86,3	87,6	2 %	7 %	3 %
GROUPE ORANGE	Orange Cinéma Choc, Orange Cinéma Géants, Orange Cinéma Happy, Orange Cinéma Max	83,5	84,1	1 %	7 %	3 %
GROUPE LAGARDÈRE	Canal J, Elle Girls, MCM, MCM Top, Mezzo, RFM TV, Tiji, Virgin Radio TV	57,7	59,2	3 %	5 %	2 %
GROUPE AB	AB1, AB Moteurs, Action, Animaux, Chasse et Pêche, Ciné Polar, Ciné FX, Mangas, Sciences et Vie TV, Toute L'Histoire, Trek	44,5	46,8	5 %	4 %	2 %
NEXTRADIOTV, ALTICE ET NRJ GROUP	BFM Business, SFR Sport 2**, NRJ Hits	29,1	44,6	53 %	3 %	1 %
AUTRES CHAÎNES	13 ^{ème} Rue, Africa 24, Astrocenter, belN SPORTS 1, 2, 3, Berbère TV, Campagnes TV, Disney Channel, Disney XD, Disney Junior, Equidia Life, Equidia Live, Euronews, Euronews 2, Eurosport, Game One, J-One, KTO, La Chaîne Météo, Ma Chaîne Etudiante, Ma Chaîne Sport Extrême, Ma Chaîne Sport Bien Etre, Ma Chaîne Sport Tennis, Motors TV, Non Stop People, No Life TV, NRJ Hits, OLTV, OMTV, Onzéo, Melody, QVC, Sport 365, Télésud, Trace Urban, Trace Tropical, Trace Africa, Vivolta, Voyage	594,6	681,7	15 %	57 %	23 %
TOTAL SANS LES CHAÎNES CANAL+		1 137,3	1 200,4	6 %	100 %	
TOTAL AVEC LES CHAÎNES CANAL+		2 939,3	2 904,4	-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 détenteurs de leur capital. La chaîne Série Club a été comptabilisée pour chacun des groupes comme une chaîne supplémentaire.

** Ma Chaîne Sport a été renommé SFR Sport 2.

⁽¹⁷⁾ 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.

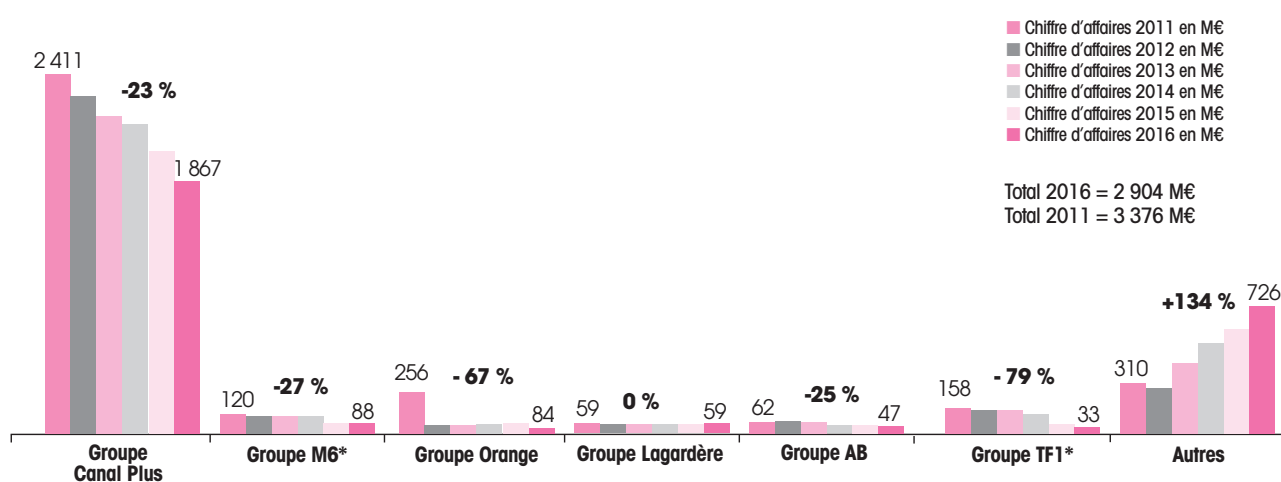
⁽¹⁸⁾ Ces deux sociétés sont les suivantes : Multithématiques et Planète Câble.

ANALYSE DES ÉVOLUTIONS CONSTATÉES DEPUIS 2011

De 2011 ⁽¹⁹⁾ à 2016, le chiffre d'affaires de l'ensemble des chaînes payantes a diminué de 14 % passant de 3 375,4 M€ en 2011 à 2 904,4 M€ en 2016.

Le chiffre d'affaires réalisé dans l'édition de chaînes payantes par les groupes Canal Plus, M6, AB, Orange ⁽²⁰⁾ et surtout TF1 ⁽²¹⁾, pris individuellement, 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 en 2016...). Parallèlement, les « autres chaînes » enregistrent un doublement de leur chiffre d'affaires entre 2011 et 2016, effet conjugué du lancement des chaînes beIN SPORTS et de la cession par le groupe TF1 de la chaîne Eurosport au groupe américain Discovery. Leurs chiffres d'affaires représentent dorénavant plus de la moitié du chiffre d'affaires réalisé par l'ensemble des chaînes payantes hors Les chaînes Canal+.

ÉVOLUTION DE 2011 À 2016 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.

ANALYSE DE L'ÉVOLUTION DES RECETTES DES CHAÎNES PAYANTES PAR GROUPES AUDIOVISUELS

La baisse importante des recettes publicitaires des chaînes Canal+ en 2016 ainsi que celle, de moindre ampleur, de ses recettes de distribution s'accompagne parallèlement de la baisse des recettes réalisées par les chaînes thématiques éditées par le groupe Canal Plus.

Le portefeuille d'abonnés individuels en France métropolitaine du groupe Canal Plus s'élève en 2016 à 5,254 millions, en recul de 492 000 abonnés en un an. A ce nombre d'abonnés viennent cependant s'ajouter 2,928 millions d'abonnés « indirects », via les partenariats conclus en 2016 par le groupe Canal Plus avec les opérateurs Télécom ⁽²²⁾.

Le groupe TF1 enregistre également une diminution de l'ensemble de ses recettes :

- le chiffre d'affaires en provenance des distributeurs accuse une baisse de 40 %, due exclusivement à la sortie du périmètre de la chaîne LCI, les autres chaînes enregistrant une légère hausse de ces recettes ;
- le chiffre d'affaires publicitaire accuse une baisse de 29 % due également à la sortie du périmètre de la chaîne LCI mais aussi à la baisse des recettes commerciales réalisées par les chaînes Série Club, TV Breizh et Ushuaïa. TV.

⁽¹⁹⁾ L'année 2011 a été retenue comme année de comparaison par rapport à 2016, en raison du fait que, cette année-là, le groupe Orange éditait encore ses chaînes sportives.

⁽²⁰⁾ 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.

⁽²¹⁾ La baisse du chiffre d'affaires réalisé par l'édition de chaînes payantes du groupe TF1 est particulièrement marquée en 2015, du fait de la sortie du périmètre de la chaîne Eurosport.

⁽²²⁾ Source : Rapport annuel 2016 du groupe Vivendi. Il est précisé que ce nombre d'abonnés avec les partenaires Télécom, « comprends les partenariats stratégiques signés avec Free et Orange au cours du second trimestre 2016 :

• à compter du 1^{er} octobre 2016, Groupe Canal+ et Free proposent aux abonnés triple play de Free une offre de couplage intégrant les chaînes « TV by Canal Panorama » ;

• à compter du 6 octobre 2016, Groupe Canal+ et Orange proposent aux abonnés « fibre » d'Orange l'offre « Famille by Canal ».

CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE ET CHIFFRE D'AFFAIRES DE DISTRIBUTION DES CHAÎNES PAYANTES EN 2016, VENTILÉS PAR GROUPE

GROUPES	RECETTES PUBLICITAIRES			RECETTES DE DISTRIBUTION		
	2015 (en M€)	2016 (en M€)	Évolution 2016/2015 (en %)	2015 (en M€)	2016 (en M€)	Évolution 2016/2015 (en %)
CANAL PLUS	130,8	79,0	-40 %	1 778,7	1 690,9	-5 %
TF1	7,3	5,2	-29 %	46,3	28,0	-40 %
M6	16,4	17,8	9 %	40,9	40,9	0 %
LAGARDÈRE	4,2	4,1	-2 %	45,4	45,0	-1 %
ORANGE	0,0	0,0	0 %	83,5	84,1	1 %
AB, NEXTRADIOTV, ALTICE ET NRJ	7,7	8,2	6 %	51,7	79,4	54 %
AUTRES CHAÎNES	76,5	71,6	-6 %	427,5	491,8	15 %
TOTAL	242,9	185,9	-23 %	2 474,0	2 460,1	-1 %

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

ANALYSE DES RÉSULTATS DES CHAÎNES PAYANTES PAR GROUPE

L'activité d'édition des chaînes payantes des groupes TF1, M6, Lagardère et AB est bénéficiaire en 2016, ainsi que celle du groupe Canal Plus si l'on intègre pour ce dernier l'ensemble des chaînes payantes qu'il édite. Les Chaînes Canal+ étant bénéficiaires. En revanche, la société Multithématiques, qui édite dix des quinze chaînes payantes du groupe Canal Plus est toujours déficitaire en 2016 mais de façon bien moins prononcée qu'en 2015. La société Planète Câble est excédentaire.

Le groupe TF1 améliore ses résultats, grâce à la sortie du périmètre de la chaîne LCI dont le déficit d'exploitation dégradait les résultats consolidés de l'ensemble des chaînes du groupe.

Les quatre chaînes cinéma OCS restent déficitaires, mais leur déficit diminue d'année en année.

Les « autres chaînes » sont lourdement déficitaires en 2016. Les chaînes beIN SPORTS enregistrent toujours des pertes importantes. Sans ces dernières, les « autres chaînes » seraient globalement à l'équilibre.

RÉSULTATS D'EXPLOITATION ET RÉSULTATS NETS DES CHAÎNES PAYANTES EN 2016, VENTILÉS PAR GROUPE (en M€)

GROUPES	RECETTES PUBLICITAIRES			RECETTES DE DISTRIBUTION		
	2015 (en M€)	2016 (en M€)	Évolution 2016/2015 (en %)	2015 (en M€)	2016 (en M€)	Évolution 2016/2015 (en %)
LES CHAÎNES CANAL+	64,0	20,0	-69 %	57,0	19,0	-67 %
CHAÎNES THÉMATIQUES DU GROUPE CANAL PLUS	44,8	-4,2	-91 %	-54,3	-4,1	-92 %
TOTAL GROUPE CANAL PLUS	19,2	15,8	-18 %	2,7	14,9	452 %
TF1	0,9	10,3	1044 %	-1,4	7,1	NS
M6	27,1	15,7	-42 %	9,6	10,3	7 %
LAGARDÈRE	8,1	10,1	25 %	7,8	9,5	22 %
ORANGE	-15,0	-12,0	-20 %	-19,5	-17,3	-11 %
AB, NEXTRADIOTV, ALTICE ET NRJ	2,8	1,7	-39 %	4,1	-4,7	NS
AUTRES CHAÎNES	-185,1	-248,8	34 %	-202,6	-257,4	27 %
TOTAL	-142,0	-207,2	46 %	-199,3	-237,6	19 %
TOTAL SANS LES CHAÎNES CANAL+	-206,0	-227,2	10 %	-256,3	-256,6	0 %

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

2.3 ANALYSE DU MARCHÉ DE L'ÉDITION DE CHÂÎNES PAYANTES PAR CATÉGORIE D'ACTEURS

Sur les 85 chaînes étudiées, 23 chaînes ne sont pas éditées par les principaux groupes audiovisuels français ⁽²³⁾.

Les éditeurs de ces 23 chaînes sont de nature différente :

13 sont éditées par des sociétés qui, bien qu'implantées en France, sont des filiales de grands groupes internationaux :

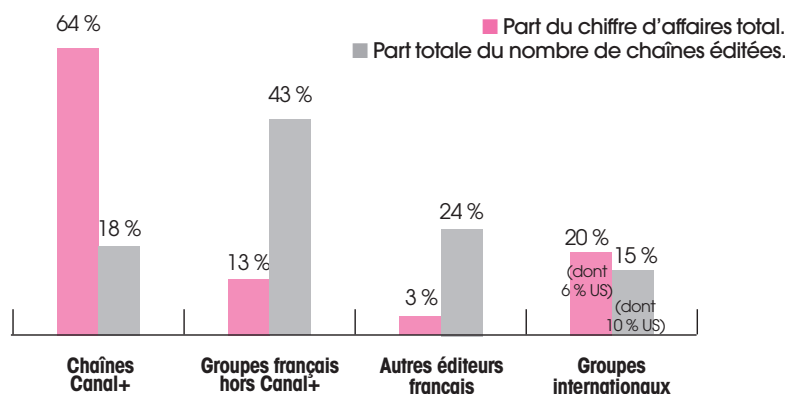
- 9 de ces chaînes sont éditées par des groupes audiovisuels nord-américains ⁽²⁴⁾ ;
- 2 sont éditées par des groupes non américains, belN SPORTS par le groupe qatari Beln Media Group, et Euronews ⁽²⁵⁾ qui est une chaîne internationale dont l'actionnariat est majoritairement détenu par une société luxembourgeoise ;
- 20 sont éditées par des sociétés françaises, indépendantes des grands groupes, et dont l'activité audiovisuelle se limite souvent à l'édition d'une seule chaîne payante.

En l'espèce, quatre catégories d'éditeurs présents sur le marché français peuvent donc être distinguées : le groupe Canal Plus, dont la place prépondérante qu'il occupe sur le marché de la télévision payante justifie qu'il soit présenté indépendamment des autres groupes français (TF1, M6, Lagardère, AB, Orange, NextRadioTV, Altice et NRJ). Ces derniers éditent un nombre important de chaînes (37 chaînes) et réalisent 13 % du chiffre d'affaire total du secteur.

La troisième catégorie d'éditeurs regroupe des sociétés françaises indépendantes des grands groupes audiovisuels. Bien qu'éditant 20 chaînes, ces dernières ne réalisent que 3 % du chiffre d'affaires total du secteur.

Enfin, la dernière catégorie regroupe les chaînes dont les éditeurs sont des filiales de grands groupes européens ou internationaux. Au nombre de 13, ces chaînes réalisent 20 % du chiffre d'affaires total du secteur. Dans cette catégorie, peut être distinguée une sous-catégorie qui regroupe les 9 chaînes dont l'actionnaire est nord-américain. Elles réalisent 10 % du chiffre d'affaires total du secteur.

RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR TYPOLOGIE D'ÉDITEURS EN 2016



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

VENTILATION DU NOMBRE DE CHÂÎNES PAYANTES, DE LEUR CHIFFRE D'AFFAIRES ET DE LEUR RÉSULTAT D'EXPLOITATION PAR CATÉGORIE D'ÉDITEURS EN 2016

GROUPES	NOMBRE DE CHÂÎNES	CHIFFRE D'AFFAIRES	RÉSULTAT D'EXPLOITATION
GRUPE CANAL PLUS	15	1 867,2	15,8
GROUPES FRANÇAIS HORS CANAL+	37	355,5	25,5
AUTRES ÉDITEURS FRANÇAIS	20	97,1	2,1
GROUPES INTERNATIONAUX	13	584,6	-250,9
<i>DONT GROUPES US</i>	9	187,7	3,9
TOTAL	85	2 904,4	-207,5

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

Le marché de l'édition des chaînes payantes est encore très largement dominé par des groupes et des sociétés françaises, ces derniers éditant 85 % des chaînes payantes (soit 72 chaînes sur 85) et réalisant 80 % du chiffre d'affaires du secteur.

⁽²³⁾ Ces principaux groupes audiovisuels français sont les groupes TF1, M6, Lagardère, AB, Orange, NextRadioTV/Altice et NRJ.

⁽²⁴⁾ Les groupes nord-américains éditant des chaînes en France sont les suivants : Disney (Disney Channel, Disney Junior, Disney XD), Discovery (Eurosport), Fox (Voyage), Viacom (Game One et J-One), Liberty Interactive (QVC) et Universal (13^{ème} Rue).

⁽²⁵⁾ 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.

PARTIE II : LA PUBLICITÉ

REMARQUES MÉTHODOLOGIQUES

Les investissements publicitaires mesurés par Kantar Media 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 Media.

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 2017

En 2017, les annonceurs ont investi 12 065,6 M€ bruts (aux prix tarifs, avant remises et dégressifs) dans la publicité télévisée (hors parrainage).

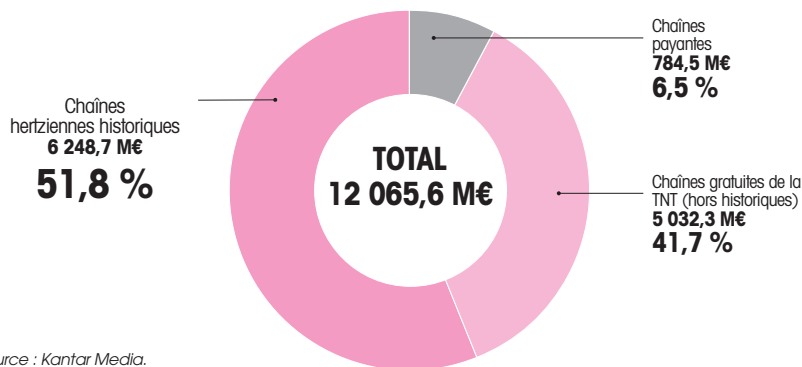
ÉVOLUTION DES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES BRUTS SUR LES CHAÎNES (en M€, hors parrainage)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
CHAÎNES NATIONALES HERTZIENNES HISTORIQUES ⁽²⁵⁾	5 421,4	5 354,0	5 409,8	5 644,5	5 925,1	6 121,9	6 265,4	6 248,7
CHAÎNES GRATUITES DE LA TNT (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
CHAÎNES PAYANTES	775,9	848,6	823,4	776,7	841,0	873,4	751,5	784,6
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

Source : Kantar Media.

En 2017, plus de la moitié des investissements publicitaires bruts des annonceurs ont été effectués sur les chaînes hertziennes historiques (51,8 %), 41,7 % sur les nouvelles chaînes TNT (38,2 %) et 6,5 % sur les chaînes payantes (hors parrainage).

RÉPARTITION DES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES BRUTS SUR LES CHAÎNES EN 2017 (en M€, hors parrainage)



Source : Kantar Media.

⁽²⁵⁾ Les sept chaînes nationales historiques sont les suivantes : TF1, France 2, France 3, France 5, M6, Canal+ et Arte.

CLASSEMENT DES SECTEURS ANNONCEURS EN TÉLÉVISION* SELON LES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES BRUTS EN 2016 ET 2017 (en M€, hors parrainage)

	2016	2017	CLASSEMENT 2016
Alimentation	1 982,6	1 961,9	1
Hygiène beauté	1 425,4	1 425,1	2
Automobile transport	1 204,5	1 365,3	3
Distribution	1 056,3	1 224,7	4
Ets financiers assurance	772,6	820,6	5
Tourisme-Restauration	617,8	745,1	6
Télécommunications	602,4	619,9	7
Culture & loisirs	595,1	602,5	8
Santé	494,5	556,7	9
Entretien	355,1	344,2	10

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

En 2017, le total des investissements publicitaires en télévision représente 12 065,6 M€ bruts.

L'ordre du classement 2017 est le même que celui de 2016. Malgré une baisse par rapport à 2016 (-1,0 %), les investissements publicitaires de l'Alimentation restent en tête des secteurs annonceurs en 2017, soit 1 961,9 M€ bruts. À noter que l'ensemble des secteurs (excepté l'alimentation et l'hygiène beauté) connaissent une hausse dans les investissements publicitaires. Le secteur Tourisme-Restauration est celui pour lequel la hausse est la plus significative (+20,6 %).

INDICATEURS PUBLICITAIRES SUR LES CHAÎNES HERTZIENNES HISTORIQUES

En 2017, les investissements publicitaires des annonceurs baissent légèrement de 0,3 % sur les sept chaînes hertziennes historiques pour atteindre 6 248,7 M€ bruts. Ces sept chaînes représentent 51,8 % du total des investissements bruts des annonceurs en télévision (parrainage inclus).

CLASSEMENT DES 10 PREMIERS SECTEURS ANNONCEURS SUR LES CHAÎNES HERTZIENNES HISTORIQUES EN 2016 ET 2017 (en M€, hors parrainage)

	2016	2017	CLASSEMENT 2016	ÉVOLUTION EN %
Alimentation	1 181,7	1 089,2	1	-7,8 %
Hygiène beauté	897,8	856,1	2	-4,6 %
Distribution	618,2	665,6	4	7,7 %
Automobile transport	642,3	652,7	3	1,6 %
Ets financiers assurance	407,3	409,1	5	0,4 %
Télécommunications	352,4	338,5	6	-3,9 %
Santé	308,6	330,8	7	7,2 %
Tourisme-Restauration	288,5	319,4	8	10,7 %
Entretien	238,8	231,4	9	-3,1 %
Culture & loisirs	189,3	199,7	11	5,5 %
TOTAL 10 SECTEURS	5 124,9	5 092,5		-0,6 %

Source : Kantar Media. Ce tableau contient des arrondis.

En 2017, les opérations de parrainage sur les chaînes historiques représentent un coût équivalent publicitaire de 1 089,8 millions d'euros bruts, soit 13,7 % de l'activité annuelle de ce segment.

CLASSEMENT DES 5 PREMIERS SECTEURS ANNONCEURS EN PARRAINAGE TV EN 2016 ET 2017 (en coût équivalent spot publicitaire, en M€ bruts)

	2016	2017
Parrainage TV chaînes historiques	778,8	855,7
Alimentation	136,8	159,1
Distribution	117	155,1
Ets financiers assurance	98,8	91,8
Tourisme-Restauration	50,2	46,1
Automobile transport	23,2	45,6
Nombre d'annonceurs	744	839

Source : Kantar Media, données brutes.

LES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES BRUTS SUR LES CHAÎNES NUMÉRIQUES (HORS « CHAÎNES HERTZIENNES HISTORIQUES »)

En 2017, les chaînes numériques (hors « chaînes hertziennes historiques ») ont connu une nouvelle croissance. Les investissements publicitaires atteignent 5 816,9 M€, soit une augmentation de 727,7 M€ par rapport à 2015 (+14,3 %). Elles représentent, en 2017, 48 % du total des investissements publicitaires des annonceurs en télévision (hors parrainage). Cette progression est assurée en intégralité par les chaînes gratuites de la TNT (+16 % par rapport à 2016), quand les chaînes numériques payantes ont également progressé en 2017 (+4,2 %).

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

	2008	2009	2010 *	2011	2012	2013 *	2014	2015	2016	2017
TOTAL CHAÎNES GRATUITES DE LA TNT (HORS HISTORIQUES)	1 573,1	2 072,6	2 678,1	3 280,3	3 590,4	3 955,1	4 612,1	4 903,3	5 089,2	5 816,9
TOTAL CHAÎNES PAYANTES	722,8	708,8	775,9	848,6	823,4	776,7	841,0	873,4	753,2	784,5
TOTAL CHAÎNES PAYANTES DE LA TNT (HORS CANAL+)	850,3	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

*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 (HD1, L'Equipe 21, 6ter, Numéro 23, RMC Découverte et Chérie 25).
Source : Kantar Media.*

LE POIDS DES CHAÎNES NUMÉRIQUES DANS L'ACTIVITÉ PUBLICITAIRE BRUTE EN TÉLÉVISION (HORS « CHAÎNES HERTZIENNES HISTORIQUES » ET HORS PARRAINAGE)

En 2017, le total des investissements de l'ensemble des annonceurs représentait 5 817,0 M€ (hors chaînes hertziennes historiques et hors parrainage).

CLASSEMENT DES 15 PREMIERS SECTEURS ANNONCEURS SUR LES CHAÎNES NUMÉRIQUES EN 2016 ET 2017 (en M€) – HORS TV IDF

	2016	2017	ÉVOLUTION
TV Cab Sat + TNT	5 090,9	5 817,0	14,3 %
Alimentation	800,9	872,8	9,0 %
Automobile Transport	562,2	712,6	26,8 %
Hygiène Beauté	527,6	569,1	7,9 %
Distribution	438,1	559,2	27,6 %
Tourisme-Restoration	329,3	425,6	29,2 %
Ets Financiers Assurance	365,3	411,5	12,6 %
Culture & Loisirs	405,8	400,8	-1,2 %
Télécommunications	250,0	281,4	12,6 %
Santé	185,9	225,9	21,5 %
Services	185,8	221,6	19,3 %
Edition	179,0	161,0	-10,1 %
Mode et accessoires	124,4	147,9	18,9 %
Information média	116,0	122,4	5,5 %
Boissons	109,1	121,2	11,1 %
Entretien	116,4	112,8	-3,1 %
TOTAL TOP 15	4 695,8	5 345,8	13,8 %

Source : Kantar Media. Ce tableau contient des arrondis.

LA CROISSANCE DES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES BRUTS SUR LES CHAÎNES GRATUITES DE LA TNT (HORS CHAÎNES HERTZIENNES HISTORIQUES ET HORS PARRAINAGE)

Les chaînes gratuites de la TNT continuent leur progression dans le paysage audiovisuel français. Les investissements des annonceurs y sont multipliés par 3,1 en sept ans.

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

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
TÉLÉVISION	1 902,2	2 431,7	2 766,9	3 178,5	3 771,1	4 029,9	4 337,7	5 032,4
LCI*	27,9	25,6	31,2	18,6	11,7	9,9	37,8	81,4
C8**	186,6	254,2	259,1	298,7	445,6	454,8	612,2	725,2
NRJ12	210,7	320	355,2	344,8	359,8	386,9	401,1	378,7
TFX	157,4	220,3	284,3	295,5	320,5	338,6	363,9	471,6
W9	334,9	355,9	423,4	449				
FRANCE 4	19,9	24,2	29,2	27	18,1	18,7	22,8	34,8
FRANCE Ô	1,2	1,3	1,2	1,3	1,5	1,6	2,9	4,7
CNEWS	219,9	321,5	313,8	300,9	342,7	357,4	214	132,3
TMC	317,6	374,4	437,1	434,7	437	453,8	488,8	635
VIRGIN 17	79,2							
GULLI	150,2	191,5	200,2	187,9	202	214,6	216,9	171,5
BFM TV	162,9	222,1	295,6	335,8	370,3	344,9	395,8	471,9
CSTAR	33,9	120,8	126,2	189,9	328,1	278,6	209,3	226,1
CHERIE 25			1,9	31,9	36,2	75,2	108	145,1
TF1 SERIES FILMS			3,2	103,1	132,9	172,6	176	261,3
6TER			1	43,4				
RMC DECOUVERTE***			1,8	50,7	99,1	167,5	235,8	300,3
LA CHAÎNE L'EQUIPE			1,5	39,3	67,9	109,7	139,9	165,5
NUMERO 23			1,1	25,8	49,9	84,7	72,4	105,1
W9 6TER PUISSANCE TNT****					547,9	560,3	640,1	721,8
TOTAL	1 902,3	2 431,8	2 767,0	3 178,3	3 771,2	4 029,8	4 337,7	5 032,3

Source : Kantar Media.

* 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 la chaîne a alors quadruplé son CA brut entre 2015 et 2016.

** Dont C8+ (couplage avec Canal+) à partir de 2017.

*** En 2016, les chaînes thématiques Discovery Channel, Discovery Science, National Geographic Channel, Nat Geo et Voyage sont commercialisées simultanément par la régie Next Régie avec la chaîne RMC Découverte sous l'appellation du nouveau support : MultiDoc. Les écrans sont diffusés en quasi simultané sur les six canaux et ne font en aucun cas l'objet de commercialisation distincte. En 2017, MultiDoc devient RMC Découverte.

**** 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 Media.

L'Alimentation reste en tête des secteurs annonceurs des nouvelles chaînes gratuites de la TNT, avec une progression de 61,2 M€ en un an. Quant au secteur Culture & Loisirs, il est le seul à connaître une faible baisse de ses investissements publicitaires bruts entre 2016 et 2017, 4,3 M€.

CLASSEMENT DES 10 PREMIERS SECTEURS ANNONCEURS SUR LES CHAÎNES GRATUITES DE LA TNT (hors historiques) EN 2016 ET 2017 (en M€, incluant les nouvelles chaînes TNT HD, hors parrainage)

	2016	2017	RANG 2016	ÉVOLUTION EN %
Chaînes de la TNT	4 337,7	5 032,4		16,0 %
Alimentation	709,4	770,6	1	8,6 %
Automobile Transport	487,1	635,2	2	30,4 %
Hygiène Beauté	463,7	514,2	3	10,9 %
Distribution	399,1	509,8	4	27,7 %
Ets Financiers Assurance	331,9	378,6	5	14,1 %
Tourisme-Restoration	286,5	371,4	6	29,6 %
Culture & Loisirs	258,4	254,1	7	-1,7 %
Télécommunications	212,2	243,2	8	14,6 %
Santé	168,7	204,0	9	20,9 %
Services	152,6	190,4	10	24,8 %
TOTAL TOP 10	3 469,6	4 071,5		17,3 %

Source : Kantar Media - Adexreport. Ce tableau comporte des arrondis.

LES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES BRUTS SUR LES CHAÎNES PAYANTES (Y COMPRIS LES CHAÎNES DE LA TNT PAYANTE)

En 2017, les annonceurs ont investi 784,5 M€ (données brutes) sur les chaînes payantes.

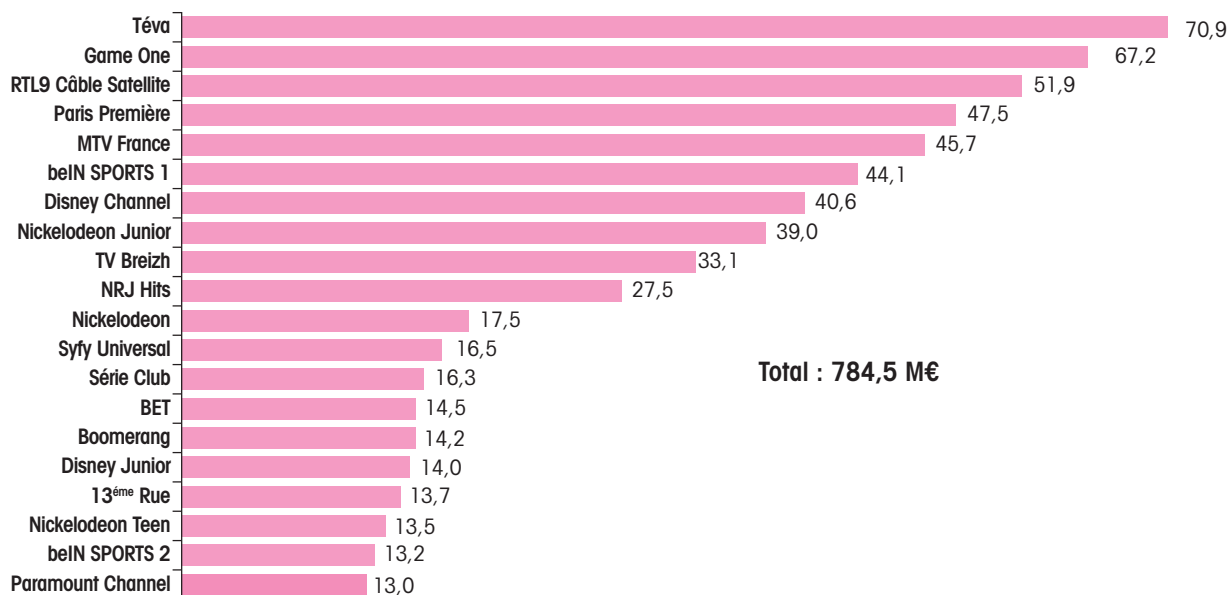
CLASSEMENT DES 10 PREMIERS SECTEURS ANNONCEURS SUR LES CHAÎNES PAYANTES EN 2016 ET 2017 (en M€, hors parrainage)

	2016	2017	ÉVOLUTION EN %
Culture & Loisirs	147,4	146,7	-0,5 %
Alimentation	91,6	102,1	11,5 %
Automobile Transport	75,2	77,5	3,1 %
Hygiène Beauté	63,8	54,9	-13,9 %
Tourisme-Restaurant	42,8	54,3	26,9 %
Distribution	39,0	49,4	26,7 %
Edition	54,7	47,0	-14,1 %
Telecommunications	37,8	38,2	1,1 %
Ets Financiers Assurance	33,4	32,9	-1,5 %
Services	33,2	31,2	-6,0 %
TOTAL TOP 10	618,9	634,2	2,47 %

Source : Kantar Media. Ce tableau contient des arrondis.

Le top 10 des secteurs annonceurs est composé des mêmes secteurs qu'en 2016. Comme en 2016, le secteur Culture et Loisirs figure en tête (malgré une faible baisse de 0,5 % par rapport à 2016), devant l'Alimentation (+11,5 % par rapport à 2016) et l'Automobile Transport (+3,1 % par rapport à 2016).

CLASSEMENT DES 20 PREMIÈRES CHAÎNES PAYANTES EN TERMES D'INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES BRUTS EN 2017 (en M€, hors parrainage et hors Canal+)



Source : Kantar Media.

ÉVOLUTION DES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES BRUTS SUR LES 40 PREMIÈRES CHAÎNES PAYANTES (en M€, hors parrainage et hors chaîne Canal+)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
TEVA	26,9	33,8	39,0	44,6	50,0	48,9	50,5	56,2	64,5	70,9
GAME ONE	19,0	20,9	29,9	33,5	39,3	51,5	63,6	65,8	60,8	67,2
RTL9 CABLE SATELLITE	42,2	28,5	30,3	50,4	45,7	45,0	48,9	54,5	57,5	51,9
PARIS PREMIERE	37,5	35,4	33,4	38,6	34,8	32,0	38,1	40,5	44,2	47,5
MTV FRANCE	44,3	37,9	33,7	34,1	27,7	26,0	32,2	37,6	43,1	45,7
BEIN SPORTS 1					2,1	3,7	24,3	31,0	48,4	44,1
DISNEY CHANNEL	11,2	9,5	12,4	21,3	28,3	38,8	43,1	61,6	54,4	40,6
NICKELODEON JUNIOR			2,1	3,6	4,8	7,3	10,9	14,7	21,3	39,0
TV BREIZH	41,7	38,2	49,2	44,3	53,8	39,6	28,8	43,1	23,6	33,1
NRJ HITS	1,4	6,4	12,7	17,8	20,5	22,7	20,3	25,9	28,4	27,5
NICKELODEON	6,5	5,3	10,5	14,7	10,0	7,6	9,8	14,9	13,6	17,5
SYFY UNIVERSAL	8,6	6,2	11,2	9,9	11,4	13,0	13,7	14,7	16,3	16,5
SERIE CLUB	10,8	14,0	13,3	12,3	12,8	12,4	10,6	9,3	13,4	16,3
BET	3,5	3,8	4,7	5,7	3,9	3,3	4,5	7,6	13,2	14,5
BOOMERANG	7,4	5,1	4,8	6,0	6,7	9,9	15,3	14,1	14,1	14,2
DISNEY JUNIOR				4,1	7,4	11,0	12,3	16,8	15,0	14,0
13 ^{ÈME} RUE	21,7	15,2	14,3	11,7	11,3	10,1	11,5	11,9	12,2	13,7
NICKELODEON TEEN							0,6	5,0	13,6	13,5
BEIN SPORTS 2					0,2	0,5	4,6	19,9	11,5	13,2
PARAMOUNT CHANNEL						1,5	5,0	8,6	11,7	13,0
BFM BUSINESS TV					7,8	8,4	10,9	10,6	10,8	12,0
INFOSPORT+	22,6	25,2	42,4	50,7	46,9	38,7	43,2	37,8	12,3	10,9
J-ONE						0,8	3,5	6,1	8,6	10,1
EUROSPORT	80,2	79,3	36,5	30,0	24,4	20,6	16,3	15,1	9,6	10,0
MTV HITS	4	4	4,8	6,2	4,8	3,4	4,6	6,7	8,9	10,0
BEIN SPORTS 3							0,2	9,4	7,7	8,5
CANAL J	13,7	10,6	10,9	9,1	8,2	7,0	5,3	4,5	4,7	8,5
CARTOON NETWORK	3,7	4,0	5,8	6,4	6,3	6,8	7,4	6,5	6,7	8,1
EUROSPORT 2									5,9	7,1
PIWI+	5,6	4,8	10,0	10,1	11,6	12,4	14,2	19,4	6,8	6,4
TELETOON+	15,4	12,6	24	27,9	20,2	19,4	21,1	20,8	6,5	5,7
CANAL+ SPORT	15,9	19,1	31,1	35,8	36,4	33,1	34,2	24,2	9,3	5,4
MCM	21,0	18,3	12,7	11,4	11,7	10,4	9,3	6,3	5,5	5,2
TUJI	8,2	7,5	7,7	7,5	5,8	5,4	4,0	3,4	3,6	5,1
BOING TV						2,2	4,6	5,1	4,4	4,8
COMEDIE+	31,7	32,6	34,4	42,0	41,4	32,7	28,4	13,9	3,5	4,8
SFR SPORT 1									2,9	4,5
CANAL+ DECALE	17,1	21,7	36,1	41,2	44,4	46,8	43,3	25,2	10,1	4,2
E ENTERTAINMENT	0,6	1,2	1,7	2,4	2,3	2,1	2,4	3,4	4,2	4,2
PLANETE+	7,9	7,3	12,2	13,9	13,6	12,2	12,4	8,6	2,9	3,7
TOTAL	722,8	708,8	775,9	848,6	823,4	776,7	841	873,4	753,2	784,5

Source : Kantar Media. Pour une même année, certains montants peuvent varier légèrement par rapport aux précédentes éditions du Guide des chaînes numériques, en raison des réajustements de valorisation brute opérés par Kantar Media.

2. LES DÉPENSES ET RECETTES PUBLICITAIRES NETTES EN 2016 ET 2017

En 2017, les annonceurs ont dépensé 32,5 Mds€ en communication. La publicité télévisuelle représente 12,2 % de cette somme soit 3,9 Mds€.

Pour mémoire, en 2016, les annonceurs avaient dépensé 31,9 Mds€ en communication, dont 12,3 % étaient consacrés à la télévision, soit 9,9 Mds€

DÉPENSES DE COMMUNICATION NETTES EN 2017

	MONTANT (en M€)	PART DE MARCHÉ (en %)
Télévision (Catch Up Tv Inclusive)	3 981	12,2
Cinéma	151	0,5
Radio	822	2,5
Internet	2 554	7,8
Presse	2 045	6,3
Publicité extérieure	1 326	4,1
Annuaire (imprimés + internet)	744	2,3
Marketing direct	7 684	23,6
Promotion	5 667	17,4
Salons et foires	1 553	4,8
Parrainage	905	2,8
Mécénat culturel*	267	0,9
Relations publiques	1 945	6,0
Médias propriétaires**	2 922	9,0
TOTAL MEDIAS HISTORIQUES + INTERNET	10 879	33,4
DÉPENSES TOTALES	32 572	100

* Hors fondations.

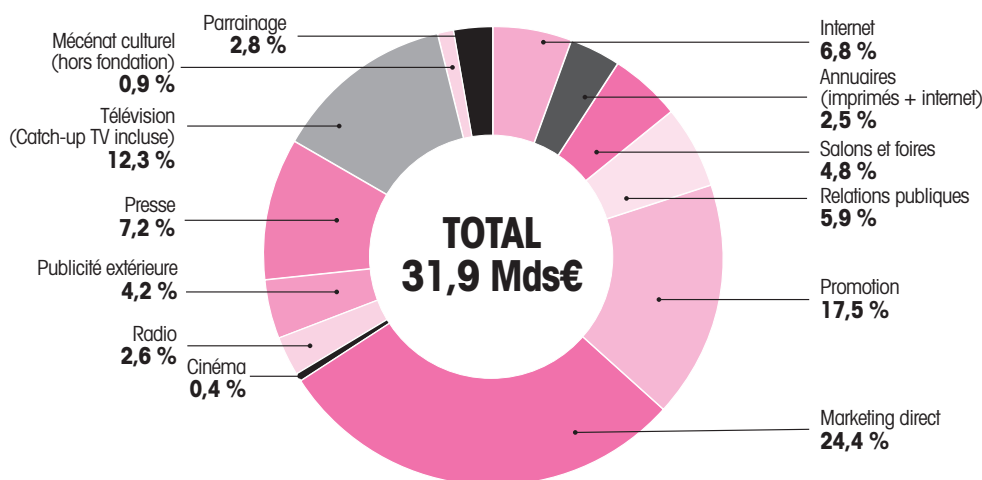
** Part imputée au budget communication des investissements suivants :

- la création de sites et d'applications ;

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

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

DÉPENSES EN COMMUNICATION NETTES EN 2016



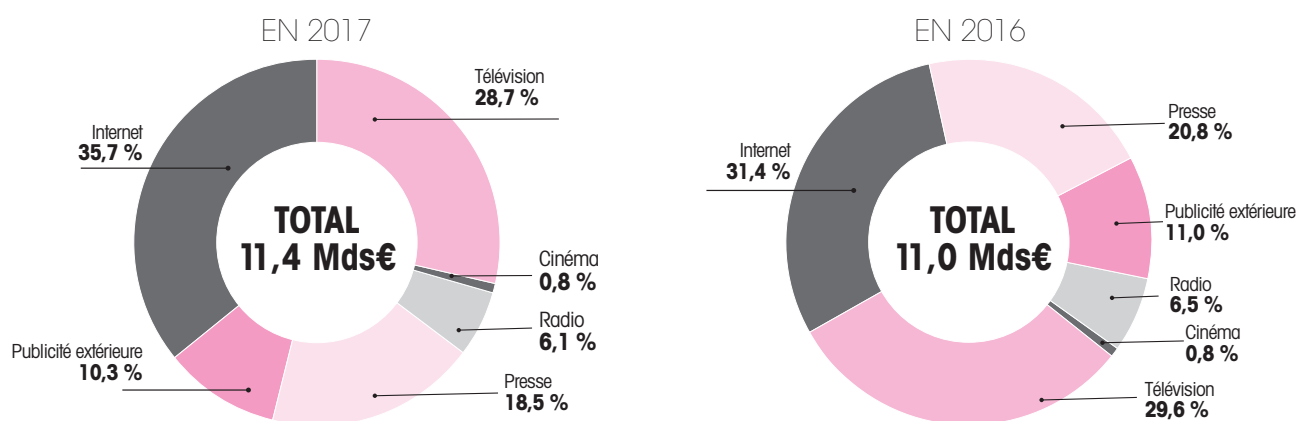
Source : France Pub.

*Dépenses des annonceurs liées aux sites et applications, bases de données, création de contenus, animation des réseaux sociaux. Cette nouvelle catégorie de dépenses fait l'objet d'une mesure par France Pub depuis 2015.

En 2017, les dépenses en communication des annonceurs augmentent de 2,0 % par rapport à l'année précédente. Les dépenses publicitaires dans les grands médias (télévision, cinéma, radio, presse, affichage, internet) augmentent de 1,4 % par rapport à 2016, pour un total de 10,8 Mds€ en 2017.

Les dépenses hors médias (annuaire, marketing direct, promotion, salons et foires, parrainages, mécénat culturel - hors fondations -, relations publiques et hors « médias propriétaires ») baissent de 0,2 % par rapport à 2016, pour un total de 18,7 Mds€ en 2017.

RECETTES PUBLICITAIRES NETTES DES GRANDS MÉDIAS



La part du marché de la télévision dans les recettes publicitaires nettes en 2017 est de 28,7 %, soit 3,3 Mds€. Elle baisse de 0,9 point par rapport à 2016 (29,6 %).

Les recettes publicitaires en télévision ont augmenté de 1 % en 2017 par rapport à 2016.

ÉVOLUTION ANNUELLE DES RECETTES PUBLICITAIRES DES MÉDIAS (en %)

	2015	2016	2017
TÉLÉVISION	0,6	0,4	1,0
CINÉMA	1,8	8,9	8,6
RADIO	-0,8	-1,3	-2,6
PRESSE	-5,9	-6,7	-7,4
PUBLICITÉ EXTÉRIEURE	-0,6	3,1	-2,0
INTERNET	6,0	8,0	12,0

PARTIE III : L'EMPLOI

REMARQUES MÉTHODOLOGIQUES

Les données relatives à l'emploi dans les chaînes numériques portent sur l'année 2016 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.

Alors que tous les intermittents du spectacle et tous les journalistes pigistes sont obligatoirement déclarés à Audiens pour leur retraite complémentaire, ce n'est pas le cas pour l'ensemble du personnel permanent qui peut adhérer à une autre caisse de retraite complémentaire.

Le périmètre des entreprises étudiées dans ce chapitre est donc différent de celui des autres chapitres du Guide des chaînes numériques et il peut être différent selon qu'il s'agit du personnel permanent ou des intermittents et des journalistes pigistes.

Ces données distinguent les chaînes de la TNT gratuite créées en 2005 et en 2012 des chaînes diffusées par câble, satellite, ADSL, fibre ou en TNT payante.

Le périmètre de ces données comprend, d'une part, 17 chaînes gratuites de la TNT ⁽²⁶⁾ (6ter, BFM TV, Chérie 25, C8, CStar, Gulli, TF1 Séries Films (ex-HD1), i>Télé, LCP AN, La Chaîne L'Equipe, Numéro 23, Public Sénat, NRJ 12, TFX (ex-NT1), RMC Découverte, TMC et W9) et, d'autre part, 69 entreprises éditant 82 chaînes thématiques diffusées par câble, satellite, ADSL, fibre ou en TNT payante ⁽²⁷⁾.

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.

L'EMPLOI DANS LES CHAÎNES DE LA TNT, DU CÂBLE, DU SATELLITE, DE LA FIBRE ET DE L'ADSL

1. PRINCIPALES DONNÉES 2016

PERSONNEL PERMANENT

- Plus de 1 500 personnes ont été déclarées en CDI ou en CDD de droit commun dans les chaînes gratuites de la TNT, représentant près de 1 000 équivalents temps plein, pour une masse salariale brute de près de 58 M€.
- Plus de 4 500 personnes ont été déclarées en CDI ou en CDD de droit commun dans les chaînes diffusées par câble, satellite, ADSL, fibre ou en TNT payante, représentant près de 3 700 équivalents temps plein, pour une masse salariale brute de près de 189 M€.

PIGISTES ET INTERMITTENTS

- 900 pigistes et 1 300 intermittents ont été déclarés dans les chaînes gratuites de la TNT pour une masse salariale brute de près de 5 M€ pour les pigistes et de près de 10,7 M€ pour les intermittents.
- Plus de 1 400 pigistes et plus de 2 100 intermittents ont été déclarés dans les chaînes diffusées par câble, satellite, ADSL, fibre ou en TNT payante pour une masse salariale brute de près de 15 M€ pour les pigistes et de plus de 21 M€ pour les intermittents.

Les personnels permanent, intermittent et pigiste ne sont pas représentés de manière égale dans l'emploi des chaînes du périmètre. Ainsi en 2016 :

⁽²⁶⁾ Les chaînes du groupe France Télévisions (France 4 et France 5) ne figurent pas dans ce périmètre car elles ne peuvent être distinguées de l'ensemble des chaînes du groupe France Télévisions.

⁽²⁷⁾ Figurent dans ce périmètre : Paris Première, LCI et Planète+. La chaîne LCI, devenue gratuite sur la TNT en avril 2016, figure encore, pour des raisons de cohérence et de continuité statistique, dans le périmètre des chaînes payantes. Par contre, les chaînes Canal+ n'y figurent pas.

- le personnel permanent représente environ 79 % de la masse salariale des chaînes gratuites de la TNT et 84 % des chaînes diffusées par câble, satellite, ADSL, fibre ou en TNT payante ;
- le personnel intermittent regroupe 15 % de la masse salariale dans les chaînes gratuites de la TNT et 9 % dans les chaînes diffusées par câble, satellite, ADSL, fibre ou en TNT payante.
- le personnel pigiste concerne 7 % de la masse salariale des chaînes gratuites de la TNT et 7 % de celle des chaînes diffusées par câble, satellite, ADSL, fibre ou en TNT payante.

2. PRINCIPALES ÉVOLUTIONS ENTRE 2011 ET 2016

POUR LE PERSONNEL PERMANENT

La masse salariale des permanents des chaînes de la TNT se stabilise en 2015 (+1 %) et 2016 (-0,1 %) après une croissance sur les années antérieures. Les effectifs continuent de baisser en 2016 (-4 %).

Dans les chaînes du câble et du satellite, les effectifs au 31/12/2016 augmentent (+8 %). La masse salariale progresse dans une plus grande proportion encore (+12 % en 2016).

Sur la période 2011-2016, les répartitions hommes/femmes d'effectifs sont constantes dans le temps pour les chaînes de la TNT et pour celles du câble et du satellite.

POUR LE PERSONNEL INTERMITTENT

Le nombre d'intermittents déclarés en 2016 dans l'ensemble du secteur des chaînes numériques est à la hausse après deux années de baisse : +7 % de personnes sur l'année. La masse salariale, cependant, diminue légèrement (-2 %). Mais dans les chaînes du câble et du satellite, la baisse des effectifs observée depuis 2013 continue en 2016 (-3 %). La masse salariale diminue également de 2 %.

La part des hommes est, dans les deux périmètres, supérieure à 60 % en 2016, et ce, depuis que les périmètres sont constants (après le passage de l'Equipe 24/24 du câble à la TNT en tant qu'Equipe 21 en 2013).

POUR LE PERSONNEL PIGISTE

Les effectifs pigistes et la masse salariale associée sont en baisse notable sur l'année 2016 au sein des chaînes de la TNT (-8 % d'effectifs et -12 % de masse salariale), et cela après une forte croissance entre 2011 et 2014. 2015 connaissait déjà une croissance plus légère (+2 % d'effectifs et de masse salariale).

Dans les chaînes du câble et du satellite à l'inverse, quelques chaînes participent en 2016 à la croissance des effectifs (+11 %) et de la masse salariale (+15 %).

La répartition hommes/femmes dans les emplois de pigistes au sein des chaînes de la TNT a connu un renversement en 2013 lié à l'arrivée de l'Equipe 21 dans les chaînes de la TNT. Cette répartition se maintient en 2016 (55 % d'effectifs masculins).

Le personnel masculin reste également majoritaire pour les chaînes du câble et du satellite mais moins que les années précédentes (52 % d'effectifs masculins).

3. LES CHAÎNES GRATUITES DE LA TNT

PERSONNEL PERMANENT

PERSONNEL PERMANENT DES CHAÎNES GRATUITES DE LA TNT

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
NOMBRE DE PERSONNES	1 163	1 266	1 529	1 469	1 508	1 538
ÉVOLUTION		9 %	21 %	-4 %	3 %	2 %
POURCENTAGE D'EFFECTIFS HOMMES	55%	53 %	54 %	53 %	53 %	53 %
POURCENTAGE D'EFFECTIFS FEMMES	45%	47 %	46 %	47 %	47 %	47 %
NOMBRE DE PERSONNES PRÉSENTES AU 31/12	869	963	1 162	1 163	1 078	1 034
ÉVOLUTION		11 %	21 %	0 %	-7 %	-4 %
MASSE SALARIALE EN K€	39 034	44 355	52 409	57 106	57 769	57 727
ÉVOLUTION		14 %	18 %	9 %	1 %	-0,1 %
NOMBRE D'ENTREPRISES CORRESPONDANTES	10	13	16	16	15	15

Source : Groupe Audiens.

La baisse des effectifs permanents au 31 décembre des chaînes de la TNT amorcée en 2015 (-2 %), se poursuit en 2016 (-4 %). Cette diminution est principalement liée à NRJ 12 et i>Télé, qui déclarent sur cette dernière année moins de personnel en CDI ou CDD.

La masse salariale connaît dans le même temps une stabilisation sur la période 2014-2016.

RÉPARTITION DES EMPLOIS PERMANENTS DANS LES CHAÎNES GRATUITES DE LA TNT PAR CATÉGORIE PROFESSIONNELLE ET PAR SEXE EN 2016

	JOURNALISTES STAGIAIRES		JOURNALISTES TITULAIRES		CADRES PERMANENTS		NON CADRES PERMANENTS		ENSEMBLE PERMANENTS	
	HOMMES	FEMMES	HOMMES	FEMMES	HOMMES	FEMMES	HOMMES	FEMMES	HOMMES	FEMMES
NOMBRE DE PERSONNES *	26	48	171	202	383	261	262	218	821	717
NOMBRE DE PERSONNES PRÉSENTES AU 31/12/2016	7	15	113	144	297	192	146	120	563	471
NOMBRE D'ETP**	5	13	115	139	304	209	143	126	567	488
MASSE SALARIALE (EN K€)	195	376	8 342	8 188	19 341	11 633	5 672	3 977	33 551	24 175
AGE MOYEN	30,1	29,9	36,8	34,7	39,5	37,1	31,5	30,1	36,3	33,9

* Le nombre de personnes correspond aux effectifs dédoublonnés : une personne déclarée comme cadre et comme non cadre compte pour un à la fois dans les cadres et à la fois dans les non cadres. Par contre, il ne compte que pour un et non pas pour deux dans l'ensemble des permanents.

** Dans le calcul des équivalents temps plein (etp), interviennent à la fois la durée du contrat et le taux de temps partiel.

PERSONNEL INTERMITTENT

PERSONNEL INTERMITTENT DES CHAÎNES GRATUITES DE LA TNT

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
NOMBRE DE PERSONNES	663	929	1 395	1 328	1 282	1 367
ÉVOLUTION		40 %	50 %	-5 %	-3 %	7 %
POURCENTAGE D'EFFECTIFS HOMMES	57 %	59 %	64 %	64 %	66 %	67 %
POURCENTAGE D'EFFECTIFS FEMMES	43 %	41 %	36 %	36 %	34 %	33 %
MASSE SALARIALE EN K€	3 290	4 641	9 149	9 758	10 945	10 699
ÉVOLUTION		41 %	97 %	7 %	12 %	-2 %
NOMBRE D'ENTREPRISES CORRESPONDANTES	8	11	14	14	14	14

Source : Groupe Audiens.

Le nombre d'intermittents déclarés dans les chaînes de la TNT connaît de nouveau une hausse en 2016 après deux années de baisse (+7 % en 2016). Aucune chaîne en particulier ne porte cette croissance.

La masse salariale, quant à elle, baisse légèrement en 2016 (-2 %).

La part des femmes parmi les effectifs intermittents continue de diminuer pour atteindre un intermittent sur trois en 2016.

Le turnover (moyenne du taux d'entrée et du taux de sortie) est élevé sur l'année 2016 avec un taux de 35 %. Plus d'un tiers des individus qui travaillaient dans ce périmètre en 2016 n'y travaillaient pas en 2015 (taux d'entrée de 37 %), et un tiers des individus travaillant dans ce périmètre en 2015 n'y travaille plus en 2016 (taux de sortie de 33 %).

PERSONNEL PIGISTE

PERSONNEL PIGISTE DES CHAÎNES GRATUITES DE LA TNT

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
NOMBRE DE PERSONNES	549	610	862	966	984	901
ÉVOLUTION		11 %	41 %	12 %	2 %	-8 %
POURCENTAGE D'EFFECTIFS HOMMES	47 %	46 %	55 %	56 %	56 %	55 %
POURCENTAGE D'EFFECTIFS FEMMES	53 %	54 %	45 %	44 %	44 %	45 %
MASSE SALARIALE EN K€	2 755	2 772	5 058	5 590	5 682	4 990
ÉVOLUTION		1 %	82 %	11 %	2 %	-12 %
NOMBRE D'ENTREPRISES CORRESPONDANTES	6	6	9	8	8	8

Source : Groupe Audiens.

Pour la première fois sur la période étudiée, moins de pigistes sont déclarés en 2016 par rapport à l'année précédente (-8 %). La masse salariale suit ce mouvement à la baisse de façon très marquée (-12 %). Les déclarations de LCP et La Chaîne l'Équipe participent à ces diminutions.

Depuis que La Chaîne l'Équipe fait partie de ce périmètre, plus d'hommes que de femmes sont déclarés en tant que pigistes dans les chaînes de la TNT (55 % d'hommes en 2016).

Plus d'un pigiste sur trois déclaré en 2016 est un nouvel entrant par rapport à 2015 et près de 2 pigistes sur 5 déclarés en 2015 sont à l'inverse sortis du champ en 2016, soit un turnover évalué à 36 %.

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

PERSONNEL PERMANENT

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

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
NOMBRE DE PERSONNES	3 633	4 081	3 904	3 967	4 092	4 520
ÉVOLUTION		12 %	-4 %	2 %	3 %	10 %
POURCENTAGE D'EFFECTIFS HOMMES	50 %	52 %	52 %	52 %	53 %	53 %
POURCENTAGE D'EFFECTIFS FEMMES	50 %	48 %	48 %	48 %	47 %	47 %
NOMBRE DE PERSONNES PRÉSENTES AU 31/12	3 019	3 320	3 268	3 322	3 464	3 754
ÉVOLUTION		10 %	-2 %	2 %	4 %	8 %
MASSE SALARIALE EN K€	141 473	152 008	153 447	161 483	168 912	188 901
ÉVOLUTION		7 %	1 %	5 %	5 %	12 %
NOMBRE D'ENTREPRISES CORRESPONDANTES	48	53	49	47	45	45

Source : Groupe Audiens.

On note une progression notable de l'activité des permanents en 2016 dans les chaînes du câble et du satellite :

- +8 % d'effectifs au 31 décembre, dont 2 % liée à l'intégration dans les données des permanents de Game One et Turner Broadcasting System France ;
- +12 % de masse salariale, dont 4 % liée à l'intégration des permanents de Game One et Turner Broadcasting System France.

La répartition entre hommes et femmes, dans les chaînes payantes, est la même en 2016 que dans les chaînes gratuites de la TNT : 47 % de femmes et 53 % d'hommes.

RÉPARTITION DES EMPLOIS PERMANENTS DANS LES CHAÎNES DU CÂBLE, DU SATELLITE, DE LA FIBRE, DE L'ADSL ET DE LA TNT PAYANTE EN 2016

	JOURNALISTES STAGIAIRES		JOURNALISTES TITULAIRES		CADRES PERMANENTS		NON CADRES PERMANENTS		ENSEMBLE PERMANENTS	
	HOMMES	FEMMES	HOMMES	FEMMES	HOMMES	FEMMES	HOMMES	FEMMES	HOMMES	FEMMES
NOMBRE DE PERSONNES	25	28	352	211	1 414	1 376	624	559	2 376	2 144
NOMBRE DE PERSONNES PRÉSENTES AU 31/12/2016	7	8	321	187	1 239	1 193	436	365	2 001	1 753
NOMBRE D'ETP	8	11	293	162	980	925	409	344	1 689	1 442
MASSE SALARIALE DÉCLARÉE (EN K€)	212	239	18 575	8 476	78 093	61 657	11 553	10 096	108 433	80 468
AGE MOYEN	30,9	27,1	39,9	38,8	40,2	39,0	30,5	31,8	37,6	37,1

Source : Groupe Audiens.

PERSONNEL INTERMITTENT

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

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
NOMBRE DE PERSONNES	2 616	2 664	2 497	2 246	2 232	2 154
ÉVOLUTION		2 %	-6 %	-10 %	-1 %	-3 %
POURCENTAGE D'EFFECTIFS HOMMES	64 %	64 %	64 %	65 %	65 %	63 %
POURCENTAGE D'EFFECTIFS FEMMES	36 %	36 %	36 %	35 %	35 %	37 %
MASSE SALARIALE EN K€	23 017	24 257	21 921	21 234	21 605	21 246
ÉVOLUTION		5 %	-10 %	-3 %	2 %	-2 %
NOMBRE D'ENTREPRISES CORRESPONDANTES	45	43	44	38	38	37

Source : Groupe Audiens.

(28) Le personnel permanent de The Walt Disney Company France n'adhère pas à Audiens pour la retraite complémentaire. Celui de Game One et de Turner Broadcasting System France y adhère depuis 2016 et entre dans le champ cette année. Les effectifs permanents de l'Équipe 24/24 sont intégrés depuis 2013 dans le périmètre de la TNT (La Chaîne l'Équipe) : l'évolution en 2013 est donc abaissée de quelques points suite à ce changement de périmètre.

Le nombre d'intermittents déclaré en 2016 est une fois de plus en baisse, comme les années précédentes : -14 % en 2016 par rapport à 2013 ; et cela malgré la hausse notable des intermittents déclarés en 2016 par Eurosport mais qui ne contrebalance par une baisse plutôt générale du nombre d'intermittents déclarés par les autres chaînes.

Cette diminution en 2016 est aussi associée à une baisse de la masse salariale (-2 %).

Les effectifs intermittents du câble et du satellite restent majoritairement masculins. La part des femmes dans la population totale intermittente des chaînes du câble et du satellite reste stable sur la période, autour de 36 %. Le turnover des chaînes du câble et du satellite est légèrement moins important que celui des chaînes de la TNT : 29 %, 27 % d'entrants et 30 % de sortants.

PERSONNEL PIGISTE

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

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
NOMBRE DE PERSONNES	1 442	1 405	1 277	1 314	1 278	1 422
ÉVOLUTION		-3 %	-9 %	3 %	-3 %	11 %
POURCENTAGE D'EFFECTIFS HOMMES	59 %	56 %	53 %	54 %	54 %	52 %
POURCENTAGE D'EFFECTIFS FEMMES	41 %	44 %	47 %	46 %	46 %	48 %
MASSE SALARIALE EN K€	12 478	12 657	11 692	12 873	12 964	14 928
ÉVOLUTION		1 %	-8 %	10 %	1 %	15 %
NOMBRE D'ENTREPRISES CORRESPONDANTES	21	20	15	17	19	18

Source : Groupe Audiens.

A l'inverse des chaînes de la TNT, les chaînes du câble et du satellite déclarent de façon marquée plus de pigistes sur l'année 2016 : +11 % d'effectifs et +15 % de masse salariale. Cette hausse est portée principalement par Eurosport et LCI. Sur la période, 2016 est l'année où les effectifs sont les plus proches de l'équilibre en termes de parité : 52 % d'hommes contre 48 % de femmes.

Le turnover des pigistes des chaînes du câble et du satellite est de 33 %. Derrière cela, et de façon logique par rapport à la hausse d'effectifs observée, le taux d'entrée (37 %) est plus élevé que le taux de sortie (29 %).

5. UNE NOUVELLE CONVENTION COLLECTIVE

Après deux ans de négociations avec les organisations syndicales représentant les salariés, l'ACCeS et TLSP (Union des télévisions locales de service public) ont conclu en juillet 2017 une nouvelle convention collective pour les chaînes thématiques et locales.

L'ACCeS avait signé en 2004 avec la CFDT et la CGC une convention collective qui avait été étendue à l'ensemble des chaînes thématiques en 2005, aux chaînes locales en 2007 et à laquelle la CFTC avait adhéré en 2015.

Les chaînes thématiques ont considérablement évolué ces dix dernières années : l'augmentation de leurs effectifs, le développement des carrières professionnelles de leurs salariés, l'apparition de nouveaux métiers et les évolutions de leur situation économique rendaient nécessaire l'actualisation du cadre social dans lequel elles s'inscrivent. Par ailleurs, le Code du travail a connu depuis 2004 un certain nombre de modifications qu'il convenait de prendre en compte.

Le nouveau texte sur lequel se sont accordés employeurs et syndicats de salariés (SNPCA - CGC, F3C - CFDT et USNA-CFTC) est beaucoup plus complet : il comprend des dispositions qui n'étaient pas traitées en 2004 et simplement renvoyées au Code du travail comme l'organisation des astreintes, par exemple ; il précise les règles d'organisation du travail dans les entreprises ; il améliore également la situation des salariés sur un certain nombre de points comme les jours de congés, la prise en compte des situations familiales, la couverture maladie, la maternité, les indemnités de licenciement et de départ à la retraite.

Surtout, il instaure une nouvelle classification des emplois, plus claire et plus simple que celle de 2004, à la fois pour les employeurs et les salariés, qui ont désormais la possibilité de gérer leurs parcours professionnels avec davantage de visibilité.

Cette nouvelle convention collective intervient cependant alors que le Code du travail est appelé à considérablement évoluer dans les mois et années à venir ; l'expérience et les acquis de cette récente négociation permettront à l'ACCeS et à TLSP, en tant qu'organisations patronales, de prendre en compte ces évolutions dans le cadre d'un dialogue social moderne et responsable.

CADRE JURIDIQUE : ACTUALITÉ LÉGISLATIVE ET RÉGLEMENTAIRE EN 2017

Le cadre juridique applicable aux chaînes numériques s'est enrichi au cours de l'année 2017 par le vote de trois lois ⁽¹⁾ et par l'adoption de huit décrets.

1. LA LOI N° 2017-86 DU 27 JANVIER 2017

Elle apporte quatre modifications à la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication :

- en son article 182, les missions du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) fixées à l'article 3-1 de la loi de 1986 sont précisées : « Il veille à ce que la diversité de la société française soit représentée dans les programmes des services de communication audiovisuelle et que cette représentation soit exempte de préjugés » ;
- en son article 183, le contrôle qu'exerce le CSA sur les messages publicitaires au terme de l'article 14 de la loi de 1986 est renforcé : « Il veille au respect de la dignité de toutes les personnes et à l'image des femmes qui apparaissent dans ces émissions publicitaires » ;
- en son article 184, les chaînes de télévision sont tenues, conformément à l'article 20-1 A de la loi de 1986, de contribuer à la lutte contre les préjugés liés à la diversité de la société française ;
- enfin, en son article 185, les missions de service public des sociétés nationales de programme et d'Arte France énumérées à l'article 43-11 de la loi de 1986 sont complétées : elles doivent « assurer une meilleure représentation de la diversité de la société française, notamment d'outre-mer ».

2. LA LOI N° 2017-256 DU 28 FÉVRIER 2017

Cette loi apporte pour l'outre-mer les évolutions suivantes :

- elle fixe un objectif de résorption des différences d'accès à l'audiovisuel entre le territoire hexagonal et les territoires ultra-marins dans le cadre d'un plan de convergence. Ce plan doit être élaboré au plus tard au 1^{er} juillet 2018 ;
- elle demande au Gouvernement de remettre dans les 18 mois un rapport sur les conditions d'un alignement de la TNT en outre-mer sur la TNT en métropole ;
- elle impose au CSA de veiller à ce que les télévisions et radios nationales rendent compte des résultats des élections générales pour l'ensemble du territoire national.

3. LA LOI N° 2017-261 DU 1^{ER} MARS 2017

Le texte comporte deux dispositions intéressant le secteur audiovisuel :

- en matière de lutte contre le piratage des retransmissions sportives, l'article 24 incite les fédérations sportives et les organisateurs de manifestations sportives, les titulaires de droits d'auteur ou de droits voisins, les opérateurs de plateformes en ligne, les éditeurs de services de communication au public en ligne, les fournisseurs d'accès internet, les hébergeurs et les éditeurs de services de communication audiovisuelle cessionnaires de droits sportifs de conclure des accords de bonnes pratiques ;
- l'article 21 crée la conférence permanente du sport féminin, instance consultative, placée auprès du ministre chargé des sports, qui associe l'ensemble des acteurs participant au développement et à la promotion du sport féminin. Elle a pour missions « de contribuer à une meilleure connaissance des pratiques sportives féminines, notamment par la publication d'un rapport annuel ; de concourir à l'accompagnement des acteurs en vue de la structuration et de la professionnalisation du sport féminin ; de favoriser la médiatisation du sport féminin ».

4. ACTUALITÉ RÉGLEMENTAIRE

DÉCRET N° 2017-104 DU 27 JANVIER 2017

Ce décret relatif à l'aide aux propriétaires d'équipements auxiliaires sonores de conception de programmes et de radiodiffusion à usage professionnel instituée par le troisième alinéa de l'article 99 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication prévoit une aide pour le remplacement ou la reconfiguration des équipe-

⁽¹⁾ Outre la loi n° 2017-55 du 20 janvier 2017 portant statut général des autorités administratives indépendantes et des autorités publiques indépendantes, qui comporte plusieurs dispositions affectant le Conseil supérieur de l'audiovisuel.

ments fonctionnant dans la bande de fréquences 700 MHz et dont l'usage est prohibé à la suite de la réaffectation de cette bande de fréquences aux services mobiles.

DÉCRET N° 2017-193 DU 15 FÉVRIER 2017

Ce décret portant modification du régime du parrainage télévisé tel qu'il résulte du décret n° 92-280 du 27 mars 1992 autorise, parmi les moyens d'identification du parrain, la présentation de ses produits et services et, plus généralement, reprend les dispositions de la directive 2010/13/UE du Parlement européen et du Conseil du 10 mars 2010 sur les services de médias audiovisuels relatives aux différentes mentions du parrain dans les programmes télévisés.

DÉCRET N° 2017-373 DU 21 MARS 2017

Ce décret a modifié le régime de contribution à la production d'œuvres audiovisuelles applicable aux éditeurs de services de télévision diffusés par voie hertzienne terrestre afin de tenir compte de l'évolution des relations entre les éditeurs de services de télévision et les organisations représentant les producteurs audiovisuels (conclusion d'accords par TF1 et M6 en 2016). Les assouplissements introduits concernent, à titre principal, l'introduction d'une faculté pour le Conseil supérieur de l'audiovisuel de baisser la part indépendante de la contribution d'un éditeur de services de télévision consacrée à des œuvres patrimoniales en contrepartie d'engagements favorables au renforcement de l'indépendance de la production.

DÉCRET N° 2017-363 DU 21 MARS 2017

Ce décret a modifié les cahiers des charges des trois sociétés nationales de programme (France Télévisions, Radio France et France Médias Monde) afin de fixer les règles communes applicables au comité relatif à l'honnêteté, à l'indépendance et au pluralisme de l'information et des programmes, institué auprès de chacune de ces sociétés conformément à l'article 30-8 de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, introduit par la loi n° 2016-1524 du 14 novembre 2016 visant à renforcer la liberté, l'indépendance et le pluralisme des médias.

DÉCRET N°2017-1042 DU 9 MAI 2017

Ce décret a également modifié les cahiers des charges des trois sociétés nationales de programme. Il modifie les lignes éditoriales de France 4 et de France Ô pour tenir compte de l'évolution de celles-ci conformément au contrat d'objectifs et de moyens (COM) conclu entre l'Etat et France Télévisions pour la période 2016-2020. France 4 s'adresse aux enfants, aux jeunes et à leurs parents en privilégiant les programmes d'animation. France Ô se recentre sur les outre-mer en exposant les identités et cultures ultra-marines. Le décret intègre également les stipulations de l'accord conclu entre France Télévisions et les organisations de producteurs et de distributeurs d'œuvres audiovisuelles le 24 mai 2016 relatif aux conditions d'acquisition des mandats de commercialisation et des droits secondaires d'une œuvre pour laquelle France Télévisions détient des parts de producteur dans la partie indépendante de sa contribution à la production audiovisuelle. Il complète en outre les dispositions du cahier des charges de France Télévisions en matière de déontologie de l'information et des programmes. Il apporte enfin une modification au cahier des charges de France Médias Monde ayant permis le lancement à l'automne 2017 d'une version de France 24 en langue espagnole. Enfin, ce décret a apporté des modifications de forme au cahier des charges de Radio France afin d'actualiser certaines références devenues obsolètes, notamment par cohérence avec les modifications apportées au cahier des charges de France Télévisions.

DÉCRET N° 2017-1043 DU 9 MAI 2017

Ce décret a approuvé de nombreuses modifications apportées aux statuts de la société nationale de programme Radio France, révisés dans leur ensemble pour la première fois depuis la création de l'entreprise publique. Ces modifications ont pour objet de moderniser les statuts de la société nationale de programme, compte tenu de l'évolution du corpus législatif et réglementaire qui lui est applicable.

DÉCRET N°2017-1048 DU 10 MAI 2017

Ce décret relatif au fonds d'accompagnement de la réception télévisuelle institue jusqu'au 31 décembre 2023 un fonds d'accompagnement de la réception télévisuelle géré par l'Agence nationale des fréquences. Ce fonds est destiné à assurer la continuité de la réception des services de télévision en clair diffusés par voie hertzienne terrestre lorsque cette réception est interrompue ou perturbée soit par des émissions étrangères, soit par des réaménagements de fréquences ou des recompositions de multiplex, à la suite d'une décision du CSA, soit en raison des conditions climatiques.

DÉCRET N°2017-1746 DU 22 DÉCEMBRE 2017

Ce décret portant modification du cahier des charges de la société nationale de programme France Télévisions apporte des précisions sur le régime des messages publicitaires des programmes prioritairement destinés aux enfants de moins de douze ans, à la suite de l'adoption de la loi n° 2016-1771 du 20 décembre 2016 relative à la suppression de la publicité commerciale dans les programmes jeunesse de la télévision publique. En outre, à la suite des derniers accords professionnels conclus par l'entreprise publique, le décret modifie l'étendue fixée par le cahier des charges des droits cédés par les producteurs à France Télévisions sur les œuvres d'animation, sur les œuvres documentaires et le spectacle vivant.

ANNEXES

LA DISTRIBUTION DE SERVICES DE TÉLÉVISION

En France métropolitaine, cinq acteurs principaux représentent la majorité du marché de la distribution de services de télévision payante : Groupe Canal Plus, Orange (groupe Orange), SFR (groupe Altice), Free (groupe Iliad) et Bouygues Telecom (groupe Bouygues).

Cette structure de marché résulte d'un fort mouvement de concentration, notamment entre câblo-opérateurs et distributeurs par satellite, observé depuis le milieu des années 1990. A l'exception de GCP, dont le cœur de métier historique est l'édition et la distribution de services de médias audiovisuels, ces acteurs sont principalement des opérateurs de services de télécommunications qui ont développé des offres d'IPTV à partir du milieu des années 2000 ⁽¹⁾.

Les opérateurs de télécommunications distribuent généralement les chaînes de télévision dans le cadre d'offres groupées incluant également des offres de téléphonie fixe et mobile et d'accès à internet. Elles peuvent aussi faire l'objet d'offres payantes spécifiquement télévisuelles, en option (offres de télévision payantes dites de second niveau).

Quatre de ces cinq distributeurs, à l'exception de Free, sont liés d'un point de vue capitalistique ou font partie de groupes intégrant une activité d'édition de chaînes de télévision. Trois d'entre eux possèdent ou disposent d'une part du capital de filiales éditant des chaînes de télévision gratuite diffusées en TNT :

- la société Bouygues Telecom est une filiale à 100 % du groupe Bouygues qui est également propriétaire du groupe TF1, le principal groupe d'édition de chaînes en clair en France ;
- le groupe Canal Plus est actif dans le secteur de l'édition de chaînes en clair depuis le lancement d'>Télé sur la TNT 2005 (devenue CNews en février 2017). Le positionnement du groupe sur ce marché s'est accru avec l'acquisition de D8 et D17 en 2012, devenues respectivement C8 et CStar au mois de septembre 2016 ;
- le groupe Altice, maison-mère du groupe SFR, possède actuellement 49 % du capital du groupe NextRadioTV ainsi que, depuis juillet 2017, 51 % du capital de la chaîne Numéro 23.

1. ÉVOLUTION DU NOMBRE D'ABONNEMENTS À UN ACCÈS PAYANT À UNE OFFRE DE TÉLÉVISION EN FRANCE

Il est difficile de chiffrer avec précision le nombre d'abonnements ou les résultats financiers de l'activité de distribution de services de médias audiovisuels en France ⁽²⁾, dans la mesure où la majorité des distributeurs commercialisent leurs offres de services audiovisuels conjointement avec leurs offres de communications électroniques.

Cependant, certaines données agrégées peuvent permettre d'approximer le nombre d'abonnements à un accès payant à une offre de télévision multi-chaînes, assimilable à un nombre de foyers abonnés, incluant les chaînes gratuites de la TNT (hors offres payantes sur réseau terrestre). Pour ce faire sont additionnés le « nombre d'abonnements à la TV couplés à un accès à internet ⁽³⁾ » publié par l'ARCEP dans son Observatoire des marchés des communications électroniques, qui comprend les abonnements à un accès payant à une offre de télévision hors doubles comptes liés à la souscription simultanée à plusieurs offres de services de vidéo, et le nombre d'abonnements à une offre de télévision payante par satellite issu du Baromètre de l'équipement audiovisuel des foyers réalisé par Médiamétrie pour le compte du Conseil ⁽⁴⁾. Cette méthode simple permet d'estimer le nombre d'abonnements à une offre de télévision multi-chaînes incluant les chaînes en clair aux environs des 22 millions d'unités en 2016, en progression de 21,3 % depuis 2012.

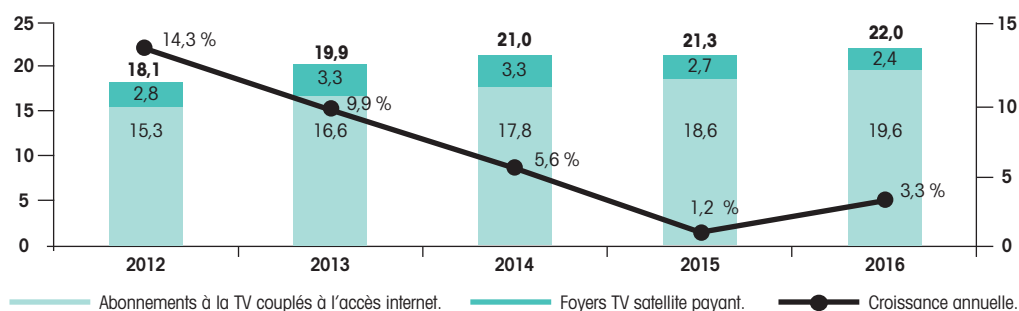
⁽¹⁾ A la différence des autres distributeurs, le Groupe Canal Plus possède une activité de distribution d'offres de gros (« wholesale ») qu'il fournit à plusieurs opérateurs (l'offre Famille by Canal propose aux clients fibres d'Orange et l'offre TV by Canal distribuée par Free).

⁽²⁾ Sauf exception, ces informations ne sont généralement pas publiées de façon isolée mais incluses dans des agrégats qu'il n'est pas toujours possible de décomposer.

⁽³⁾ Sont comptabilisés les abonnements souscrits dans le cadre d'un abonnement de type « multiplay » qui intègre l'accès à internet et à la télévision et éventuellement plusieurs autres services.

⁽⁴⁾ Un double compte concernant les abonnés aux offres d'Orange et de SFR par satellite subsiste avec l'utilisation de cette méthode. Cependant, le Conseil précise que le nombre d'abonnés aux offres par satellite des deux opérateurs est faible.

ÉVOLUTION DU NOMBRE D'ABONNEMENTS À UN ACCÈS PAYANT À UNE OFFRE DE TÉLÉVISION MULTI-CHAÎNES (millions d'abonnements et %)



Sources : ARCEP et Vivendi, calculs CSA.

2. ÉVOLUTION DE L'ACCÈS AUX SERVICES DE TÉLÉVISION

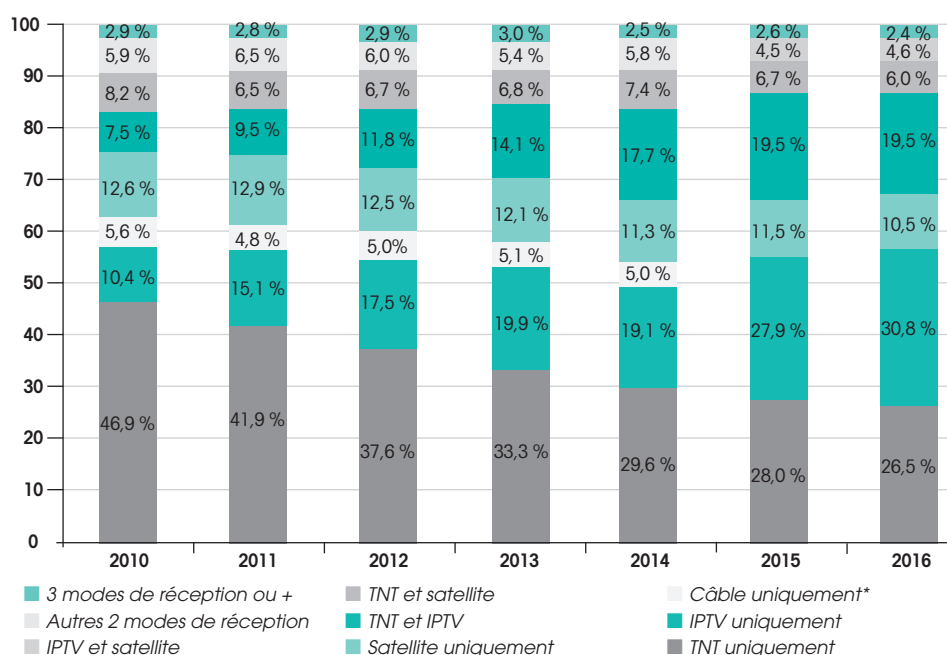
La progression du nombre de foyers abonnés à un accès payant à une offre de télévision multi-chaînes induit une baisse du nombre et de la proportion de foyers accédant à la télévision uniquement via la TNT, au moyen d'une antenne de toit. Entre 2010 et 2016, cette proportion est passée de 46,9 % à 26,5 % des foyers nationaux équipés en téléviseur (-20,4 points) ⁽⁵⁾.

Au-delà des foyers ne recevant la télévision que par voie hertzienne, la TNT demeure largement représentée au sein des foyers. Près de 20 % des foyers en 2016 combinent ainsi ce mode de réception à une réception IPTV.

En 2016, 30,8 % des foyers français n'utilisent que le mode de réception de la télévision par xDSL, FTTx et câble.

La distribution sur les réseaux gérés des distributeurs occupe ainsi une place croissante dans la consommation des chaînes gratuites nationales et locales initialement diffusées uniquement sur la plateforme hertzienne.

ÉVOLUTION DE LA DISTRIBUTION DE LA RÉCEPTION DE LA TÉLÉVISION DES FOYERS FRANÇAIS (en %)



Source : CSA, Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers.

Note : * à partir de 2015, l'accès à la télévision par câble uniquement est inclus dans l'accès IPTV uniquement.

⁽⁵⁾ CSA, Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers, 4^{ème} trimestre 2016.

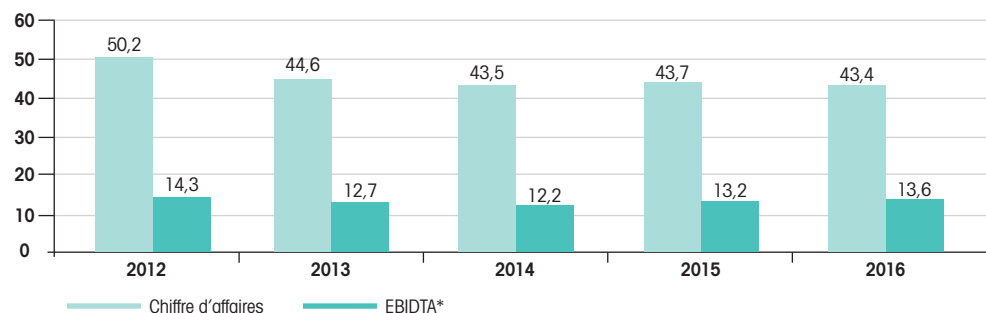
3. ÉVOLUTION DES RÉSULTATS FINANCIERS DES DISTRIBUTEURS

Contrairement au nombre d'abonnements, le chiffre d'affaires cumulé des principaux distributeurs des offres de services de médias audiovisuels en France métropolitaine a décliné de façon quasi-continue entre 2012 et 2016, passant de 50,2 Mds€ à 43,3 Mds€, soit une baisse de 13,5 %.

Cette baisse du chiffre d'affaires est principalement liée à la forte concurrence entre les opérateurs sur les marchés de l'accès à l'internet fixe et des services de communications mobiles. Certains acteurs ont notamment mené des stratégies tarifaires agressives, avec le lancement d'offres commerciales à bas prix (notamment sur la téléphonie mobile), qui ont connu un fort succès auprès des consommateurs.

Au cours de la même période, l'EBITDA ⁽⁶⁾ cumulé des principaux distributeurs a mieux résisté que leur chiffre d'affaires, notamment grâce à des politiques d'économies de coûts. L'EBITDA cumulé des sociétés Orange, SFR, Iliad/Free et Bouygues Telecom ⁽⁷⁾ en France métropolitaine a ainsi reculé de seulement 5,1 %, passant de 14,3 Mds€ en 2012 à 13,6 Mds€ en 2016. L'EBITDA cumulé de ces quatre opérateurs tend cependant à croître depuis 2014.

ÉVOLUTION DES RÉSULTATS DES PRINCIPAUX DISTRIBUTEURS DE SERVICES DE MÉDIAS AUDIOVISUELS EN FRANCE (Md€)



Source : CSA selon publications opérateurs. Note : * hors résultats du groupe Canal Plus en France métropolitaine.

Dans le même temps, les distributeurs opérant des réseaux de télécommunications doivent continuer d'investir afin de moderniser leurs infrastructures. Le montant de ces investissements n'évolue pas de façon régulière. Il dépend notamment de l'émergence et de l'intégration de nouveaux standards techniques, de l'attribution de nouvelles ressources principalement en fréquences hertziennes, du développement des usages mais aussi du cadre réglementaire.

⁽⁶⁾ L'EBITDA, pour « earnings before interest, taxes, depreciation, and amortization », est un indicateur financier nord-américain utilisé par la majorité des opérateurs de télécommunications électroniques dans leur publications officielles. Il est assimilable à l'Excédent Brut d'Exploitation en comptabilité française.

⁽⁷⁾ Le groupe Vivendi ne publie pas l'EBITDA du groupe Canal Plus en France métropolitaine, mais uniquement un total monde. Dès lors, le périmètre géographique n'est plus équivalent d'un acteur à l'autre. Le retrait des résultats du groupe Canal Plus influe toutefois très peu sur les tendances observées.

L'ACCeS

L'Association des Chaînes Conventionnées éditrices de Services (ACCeS) réunit depuis 1997 les chaînes thématiques payantes conventionnées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel pour une diffusion par câble, satellite et ADSL. Elle regroupe aujourd'hui 35 chaînes établies en France.

OBJET :

L'ACCeS a vocation à rassembler l'ensemble des éditeurs de chaînes conventionnées, quels que soient leurs actionnaires, quels que soient leurs distributeurs.

L'objectif de l'association est de défendre les intérêts communs de ces chaînes, 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 leur permette un développement durable de leur activité.

A ce titre, l'ACCeS est l'interlocuteur privilégié des pouvoirs publics – ministères, administrations – et du CSA pour tout ce qui concerne leur environnement législatif et réglementaire et la régulation économique du secteur. Elle est également le représentant des chaînes auprès des sociétés d'auteurs comme des organisations professionnelles du secteur de la communication : distributeurs, producteurs, médias, industriels, etc.

Elle a, par exemple, contribué à mettre en place avec Médiamétrie le « Médiacabsat », devenu depuis le « MédiamatThématique », outil de la mesure d'audience des chaînes thématiques, et elle y représente les chaînes au sein du comité de suivi.

L'Assemblée générale est l'organe souverain de l'Association qui est administrée par un bureau de 8 membres, élu pour deux ans. Au sein de l'ACCeS ont été mises en place plusieurs commissions chargées d'étudier les questions qui concernent l'ensemble des adhérents et d'élaborer les positions qui seront soumises et adoptées ensuite par l'Assemblée générale.

S'agissant du volet social, elle a initié dès 2003 la négociation d'une convention collective des chaînes thématiques qui a été conclue en 2004 et étendue en 2005. Cette convention collective a été complétée en 2007 par un accord instituant un régime de prévoyance obligatoire et, en 2010, par un accord sur l'égalité hommes-femmes. Après l'adhésion des organisations représentant les chaînes locales, le champ de cette convention collective leur a été étendu en 2010, laquelle a été modifiée en 2017.

Une commission du dialogue social, réunissant représentants des chaînes (y compris chaînes locales) et organisations syndicales de salariés, assure le suivi de cette convention et des négociations sont actuellement en cours en vue de son actualisation et de sa révision.

Les chaînes thématiques employant également des intermittents, l'ACCeS est signataire, depuis 2006 et aux côtés des autres organisations représentant les diffuseurs, d'un accord national régissant l'emploi des salariés en contrat à durée déterminée d'usage (CDDU) par les chaînes de télévision. Cet accord comporte une liste d'emplois et des barèmes minima. L'ACCeS représente également les chaînes thématiques dans la plupart des instances paritaires professionnelles de l'audiovisuel : AFDAS, CPNEF – AV (Commission Paritaire Nationale pour l'emploi et la Formation – Audiovisuel), Groupe AUDIENS.

ORGANISATION :

Le bureau est composé de :

Président : Richard LENORMAND, Directeur général du Pôle Radios/TV, Lagardère Active

Vice-Présidente : Léonor GRANDSIRE, Présidente, Universal Networks International France, 13^{ème} Rue

Trésorière : Pascaline GINESTE, Directrice des affaires réglementaires, Groupe Canal+

Secrétaire générale : Caroline GUENNETEAU, Directrice juridique, beIN SPORTS

et de :

Julien BERGEAUD, Senior Vice-Président France Discovery / Eurosport

Christine CAUQUELIN, Directrice des chaînes thématiques découverte, Groupe Canal Plus

Thierry CAMMAS, Président des chaînes Game One et J-One

Bernard TANI, Directeur des relations institutionnelles, Directeur VOD d'Orange

34 CHAÎNES MEMBRES :

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

MEZZO

NON STOP PEOPLE

OCS CITY

OCS MAX

PIWI+

PLANÈTE+

PLANÈTE+ AE

PLANÈTE+ CI

SFR SPORT 2

SEASONS

TÉLÉTOON+

TIJI

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.

Les données présentées ci-après ont été renseignées par les chaînes sous leur responsabilité entre novembre 2017 et janvier 2018 et sont donc susceptibles d'évoluer au cours de l'année 2018. Ces fiches sont également disponibles dans leurs versions actualisées sur le site du CSA : <http://www.csa.fr/Etudes-et-publications/Le-guide-des-chaines-numeriques>.

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 Music Paris Première Série Club Téva W9
BEIN RÉGIE 53-55, avenue Emile Zola 92 100 Boulogne-Billancourt Tel : 01 58 17 85 00	beIN SPORTS	
BRTV PUBLICITÉ 1ter, rue du Marais 93 100 Montreuil Tel : 01 48 18 12 38	Berbère Télévision	
CANAL+ RÉGIE Arcs de Seine Bâtiment C 1, rue des Enfants du Paradis 92 652 Boulogne-Billancourt Tel : 01 71 35 35 35	C8 Canal+ Ciné+ CNews Comédie+ CStar Golf+ Infosport+ Museum Non Stop People Pw+ Planète+ Planète+ Aventure & Expérience Planète+ Crime Investigation Polar+ Télétoon+	
DISNEY MEDIA+ 25, quai Panhard et Levassor 75 013 Paris Tel : 01 73 26 50 50	Disney Channel Disney Junior Disney XD	
EURONEWS SALES 50, avenue des Champs-Élysées 75 008 Paris Tel : 01 53 96 50 11	Euronews	
FRANCE TÉLÉVISIONS PUBLICITÉ 64/70, avenue Jean-Baptiste Clément 92 100 Boulogne-Billancourt Tel : 01 56 22 62 00	13 ^{ème} Rue Boing Boomerang Cartoon Network E ! Entertainment France 2 France 3 France 4 France 5 France 24 Franceinfo: France Ô Melody Melody d'Afrique Nat Geo Wild National Geographic Syfy Trace Urban TV5 Monde Vivolta Voyage	
HORIZON MEDIA 738, rue Yves Kermen 92 100 Boulogne-Billancourt Tel : 01 41 31 61 50	Men's Up	
KTO RÉGIE PUBLICITAIRE 125, rue Jean-Jacques Rousseau 92 130 Issy-les-Moulineaux Tel : 01 73 02 22 22	KTO	
KETIL MEDIA 76, bd de la République 92 100 Boulogne-Billancourt Tel : 01 78 90 15 36	Arte	
LAGARDÈRE PUBLICITÉ 10, rue Thierry Le Luron 92 300 Levallois-Perret Tel : 01 41 34 90 00	Canal J Elle Girl TV Gulli La Chaîne du Père Noël MCM / MCM Top Mezzo RFM TV RTL9 Tiji Virgin Radio TV	
M6 PUBLICITÉ 107, avenue Charles de Gaulle 92 200 Neuilly-sur-Seine Tel : 01 41 92 66 66	6ter Best of Shopping Girondins TV M6 M6 Boutique	
NEXT RÉGIE 2, rue du Général Alain de Boissieu 75 015 Paris Tel : 01 87 25 50 00		BFM Business BFM Sport BFM TV Numéro 23 RMC Découverte SFR Sport 1 / 2
NRJ GLOBAL 22, rue Boileau 75 016 Paris Tel : 01 40 71 40 00		Chérie 25 NRJ 12 NRJ Hits
RÉGIS, PUBLICITÉ ET OPÉRATIONS SPÉCIALES 132, avenue du président Wilson BP 95 93 213 La Plaine Saint-Denis cedex Tel : 01 49 22 20 01		AB1 AB Moteurs Action Animaux Chasse et pêche Ciné FX Mangas Polar Science & Vie TV Toute l'Histoire Trek
REMICS & CIE 56, boulevard de la République 92 210 Saint-Cloud Tel : 01 46 02 90 39		Equidia La Chaîne Météo Motorsport.TV
RTR 305, avenue Le Jour se lève 92 644 Boulogne-Billancourt cedex		Demain !
SASP DIRECTION OLYMPIQUE DE MARSEILLE Centre d'entraînement Robert Louis Dreyfus La Commanderie 33, Traverse de la Martine BP108 13 012 Marseille Tel : 04 91 76 56 09		OM TV
SEASONS 5-13, boulevard de la République 92 100 Boulogne-Billancourt Tel : 01 71 35 35 35		Seasons
SPORTFIVE 16-18, rue du Dôme 92 100 Boulogne-Billancourt Tel : 01 74 31 72 06		OL TV
TF1 PUBLICITÉ 1, quai du Point du Jour 92 100 Boulogne-Billancourt Tel : 01 41 41 12 34		Discovery Channel Discovery Family Discovery Investigation Discovery Science Eurosport 1 / Eurosport 2 Histoire LCI TF1 TF1 Séries Films (ex-HD1) TFX (ex-NT1) TMC TV Breizh Ushuaïa TV
TRACE 73, rue Henri Barbusse 92 110 Clichy Tel : 01 77 68 05 20		Trace Africa Trace Gospel Trace Toca Trace Tropical Trace Urban
VIACOM INTERNATIONAL MEDIA NETWORKS 22, rue Jacques Dulud 92 521 Neuilly-sur-Seine Tel : 01 70 94 94 94		Bet Game One J-One MTV / MTV Hits / MyMTV Nickelodeon Paramount Channel

L'INDEX DES CHAÎNES

6ter.....	102	M6 Music	167
13 ^{ème} Rue	103	Mangas	168
AB1	104	MCM.....	169
AB Moteurs.....	105	MCM Top.....	170
Action	106	Melody	171
Animaux	107	Melody d'Afrique	172
Arte	108	Men's Up	173
BeIN SPORTS 1,2,3	109	Mezzo, Mezzo Live HD	174
Berbère Télévision.....	110	Motorsport.tv	175
Best of Shopping	111	MTV, MTV Hits, MyMTV.....	176
Bet.....	112	Museum.....	177
BFM Business.....	113	My Zen TV	178
BFM Sport	114	National Geographic Channel.....	179
BFM TV	115	National Geo Wild	180
Boing.....	116	Nickelodeon (Mon Nickelodeon Junior, Nickelodeon Junior, Nickelodeon 4teen).....	181
Boomerang.....	117	Non Stop People	182
C8.....	118	NRJ 12	183
Canal J.....	119	NRJ Hits	184
Canal+ (Premium, Cinéma, Sport, Séries, Family, Décalé).....	120	Numéro 23.....	185
Cartoon Network	121	OCS (OCS Max, OCS City, OCS Choc, OCS Géants).....	186
Chasse et pêche.....	122	OL TV	187
Chérie 25.....	123	OM TV	188
Ciné FX	124	Onzéo	189
Ciné+ (Premium, Frisson, Emotion, Famiz, Club, Classic).....	125	Paramount Channel.....	190
CNews	126	Paris Première	191
Comédie+.....	127	Piwi+.....	192
CStar	128	Planète+	193
Demain !.....	129	Planète+ Aventure & Expérience.....	194
Discovery Channel.....	130	Planète+ Crime Investigation	195
Discovery Family.....	131	Polar.....	196
Discovery Investigation.....	132	Polar+.....	197
Discovery Science.....	133	Public Sénat	198
Disney Channel (Disney Channel+1).....	134	QVC	199
Disney Cinéma (Disney Cinéma HD).....	135	RFM TV	200
Disney Junior	136	RMC Découverte	201
Disney XD	137	RTL9	202
E! Entertainment	138	Science & Vie TV	203
Elle Girl	139	Seasons.....	204
Enorme TV	140	Série Club	205
Equidia.....	141	SFR Sport 1	206
Euronews.....	142	SFR Sport 2.....	207
Eurosport 1	143	Syfy	208
Eurosport 2	144	TCM Cinéma.....	209
France 2	145	Télétoon+	210
France 3	146	Téva	211
France 4	147	TF1	212
France 5	148	TF1 Séries Films (ex-HD1)	213
France 24	149	TFX (ex-NT1).....	214
Franceinfo:.....	150	Tiji.....	215
France Ô	151	TMC.....	216
Game One.....	152	Toute l'histoire	217
Girondins TV	153	Trace Africa	218
Golf+	154	Trace Gospel	219
Gulli	155	Trace Toca	220
Histoire	156	Trace Tropical	221
Infosport+	157	Trace Urban	222
J-One	158	Trek.....	223
KTO.....	159	TV5 Monde.....	224
La Chaîne du Père Noël.....	160	TV Breizh.....	225
La Chaîne L'Équipe	161	Ushuaïa TV.....	226
La Chaîne Météo.....	162	Virgin Radio TV.....	227
LCI.....	163	Vivolta	228
LCP-Assemblée nationale.....	164	Voyage.....	229
M6	165	W9.....	230
M6 Boutique.....	166		

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	Norbert commis d'office ; Départ immédiat ; cinéma ; séries.	
ACTIONNAIRE(S)	M6	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directrice générale Directeur de la communication Directrice de la programmation Responsable de l'antenne Responsable des productions Responsable de la communication Chargée de communication	Thomas VALENTIN Catherine SCHOFER Guillaume TURIN Charlotte GALICE Karen KABALO Stéphanie SARTEL Valérie BOURDERIOUX Carole GUINAND
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	TELEVEUSEUR 6play	INTERNET www.6play.fr
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK www.facebook.com/6ter	TWITTER @6terofficiel
REGIE PUBLICITAIRE	M6 Publicité	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	Le meilleur des séries thriller et policières : Chance, Shooter, Lucifer, Loch Ness, Chicago Justice, Chicago Fire, Modus, Un chef en prison, Caméléon, etc		
ACTIONNAIRE(S)	Universal Studios International B.V.	100 %	
ORGANIGRAMME	Présidente VP Finance VP Program VP Marketing Responsable distribution et juridique	Léonor GRANDSIRE Sylvie MARTIN-RENAUD Stéphanie HUNT Fabien SAILLANT Pierre TERRIER	
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 NON	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE SFR TV	TABLETTE SFR TV	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TWITTER INSTAGRAM YOUTUBE	13emeRUE @13emeRUE 13emerue_fr 13ème RUE	
REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité	Nathalie DINIS CLEMENCEAU nathalie.clemenceau@francetvpub.fr 01 56 22 63 45	

AB1

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, e-sport

PUBLIC VISE 15-49 ans

PROGRAMMES PHARES Catch américain (*WWE Raw, WWE Smackdown, Pay-Per-Views*), *e-Sport Zone, MasterChef US*.

PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Part de programmes inédits	10 %
	Cinéma	10 %
	Fiction	60 %
	Sport et divertissements	20 %
	Magazines et télé-réalité	10 %

ACTIONNAIRE(S) Groupe AB S.A.S. 100 %

ORGANIGRAMME	Directrice générale GROUPE AB	Orla NOONAN
	Dga en charge de l'édition des chaînes, de l'acquisition et la gestion des droits audiovisuels et de la production documentaire GROUPE AB	Richard MAROKO Vincent GRYNBAUM
	Directeur digital et distribution des chaînes	
	Directeur de la programmation et de l'antenne des chaînes Divertissement	Jean CHENNETIER
	Directrice marketing et communication GROUPE AB	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
	BIS TV	NON	OUI - Panorama
	Canal	NON	OUI - Essentiel Famille
ADSL	Free	OUI	NON
	Orange	NON	OUI - Famille By Canal / Famille
	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 Opérateur

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR : **MOBILE** NON **TABLETTE** NON

SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE **TELEVISEUR** OUI **INTERNET** OUI

RESEAUX SOCIAUX **FACEBOOK** <http://www.facebook.com/AB1TV> **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@groupe-ab.fr
 01 49 17 24 19

AB MOTEURS

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

Société éditrice : AB 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 Nascar ; V6 ; AMA Supercross ; Monster Jam ; Rallye du Maroc ; Mondial de l'auto ; Nitro Circus ; Salon Rétromobile ; Extrême Auto Hunter ; Mobstreet ; Convoi de l'Extrême.

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

Directrice générale GROUPE AB	Orla NOONAN
Dga en charge de l'édition des chaînes, de l'acquisition et la gestion des droits audiovisuels et de la production documentaire GROUPE AB	Richard MAROKO
Directeur digital et distribution des chaînes	Vincent GRYNBAUM
Directrice marketing et communication GROUPE AB	Cécile BRINO
Responsable de l'antenne et de la programmation des chaînes Découverte et Sports	Marie DE MAUBLANC
Responsable éditorial	William LEFEVRE
Attachée de presse	Katia DEPARIS

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Orange	NON	OUI - Sport Max
	Canal	NON	OUI - Les Chaines 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 TELEVISEUR OUI INTERNET OUI

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR : MOBILE NON TABLETTE NON

RESEAUX SOCIAUX FACEBOOK <http://www.facebook.com/ABMoteursTV> TWITTER @ABMoteursTV

REGIE PUBLICITAIRE RÉGIS, publicité et opérations spéciales David BYWALSKI david.bywalski@groupe-ab.fr 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	Lucha Underground ; Ciné Choc.		
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	35 %	
Part des différents genres	Cinéma	85 %	
de programmes	Séries / Magazines	15 %	
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.S.	100 %	
ORGANIGRAMME	Directrice générale GROUPE AB Dga en charge de l'édition des chaînes, de l'acquisition et la gestion des droits audiovisuels et de la production documentaire GROUPE AB Directeur digital et distribution des chaînes Directrice marketing et communication GROUPE AB Responsable éditoriale des chaînes CINÉMA Responsable éditorial Attachée de presse	Orla NOONAN 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 - Chaînes Ciné Séries
	BIS TV	NON	OUI - Cinésport
	Orange	NON	OUI - Ciné Séries / Ciné Séries Max / Intense
ADSL	Free	NON	OUI - Pack BIS Cinérama / Pack BIS Premium / Pack BIS Ultimium
	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 RATTRAPAGE	TELEVISEUR OUI	INTERNET OUI	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK http://www.facebook.com/LaChaineAction	TWITTER @LaChaineAction	
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	

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.animaux.tv.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	39-59/60 et plus		
PROGRAMMES PHARES	Animaux Stars ; Animaux Kids ; Super vétérinaire ; Animaux et compagnie ; Des animaux super petits ; Plongée dans le grand bleu ; Bondi Vet.		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires / magazines		100 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.S.		100 %
ORGANIGRAMME	Directrice générale GROUPE AB Dga en charge de l'édition des chaînes, de l'acquisition et la gestion des droits audiovisuels et de la production documentaire GROUPE AB Directeur digital et distribution des chaînes Directrice marketing et communication GROUPE AB Responsable de l'antenne et de la programmation des chaînes Découverte et Sports Responsable éditoriale Attachée de presse	Orla NOONAN 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 - Découverte & Crescendo OUI - Famille
	Orange	NON	
ADSL	Free	NON	OUI - Pack BIS Premium / Pack BIS Ultimatum / Pack BIS Panorama OUI - Pass Découverte / Premium OUI - Grand Angle OUI - Famille
	SFR	NON	
	Bouygues	NON	
	Orange	NON	
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 http://www.facebook.com/AnimauxTV		TWITTER @AnimauxTV
REGIE PUBLICITAIRE	RÉGIS, publicité et opérations spéciales		David BYWALSKI david.bywalski@groupe-ab.fr 01 49 17 24 19



4, quai du Chanoine Winterer
67 000 Strasbourg
Tél/Fax : 03 88 14 22 22 / 00
www.arte.tv



Société éditrice : ARTE France / ARTE Deutschland TV GmbH
Convention CSA : non
Création de la chaîne : 30/04/1991
Lancement de la chaîne : 30/05/1992
Forme juridique : G.E.I.E.
Budget : 132 548 000 €
Effectif : 436 (ARTE GEIE)

THEMATIQUE	Culture, Europe	
PUBLIC VISE	Tous publics européens	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	2 461 heures
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits en France	27 %
Part des différents genres de programmes	Documentaires	56 %
	Cinéma	14 %
	Fiction	6 %
	Information et magazines	16 %
	Spectacle vivant	6 %
	Programmes courts	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	Anne DURUPTY
	Gérant et directeur des programmes	Alain LE DIBERDER
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles	
CONTENUS DISPONIBLES VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE / TABLETTE Guide des programmes, direct, télévision de rattrapage (replay), ARTE Concert (vidéos et live), ARTE <i>in English</i> , ARTE <i>en español</i> , ARTE <i>po polsku</i> .	TELES CONNECTEES (HbbTV, Apple TV, Molotov, applications natives sur Panasonic, LG, Samsung et Android TV). Guide des programmes, direct, replay, ARTE Concert, ARTE <i>in English</i> , ARTE <i>en español</i> , ARTE <i>po polsku</i> .
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Tous	TNT, 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, 75 % en Autriche, 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 RATTRAPAGE	TELEVISEUR oui (en français et en allemand)	INTERNET www.arte.tv (replay classique et replay anticipé)
RESEAUX SOCIAUX	Facebook, Twitter, Youtube, Dailymotion, Soundcloud, Instagram, Spotify, Deezer, Tumblr, Snapchat et Whatsapp	
DEVELOPPEMENT 2017	Restructuration de l'offre numérique, adaptations aux différents supports, nouvel habillage de chaîne.	
REGIE PUBLICITAIRE	Ketil Media 76, bld de La République 92 100 Boulogne Billancourt	Sylvie LEFORT slefort@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 : 2015

THEMATIQUE	Sport		
PROGRAMMES PHARES	Ligue 1, Ligue 2, UEFA Champions League, UEFA Europa League, Liga, Serie A, Bundesliga, NBA, NFL, MLB, Handball Lidl Starligue, Ligue des Champions de Handball féminine et masculine, Championnats du Monde 2017 Masculin), Cyclisme, Athlétisme, Rugby à XV (Coupes d'Europe de Rugby Champions Cup & Challenge Cup, Tests matchs), Rugby à XIII (Coupe du Monde, SuperLeague, National Rugby League), Volleyball (Ligue Mondiale), Tennis (ATP Tour, Wimbledon, WTA), e-ligue1, 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 de la rédaction Directeur marketing & Business Développement	Yousef AL-OBAIDL Sophie JORDAN Florent HOUZOT Laurent de CAMAS	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	A LA CARTE (ou dans BOUQUET PREMIUM)
Satellite	AB SAT, Canal, Fransat, Orange	NON	OUI
ADSL/FIBRE/CABLE	Bouygues Telecom, Canal, Free, Orange, SFR/Numericable + opérateurs locaux	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Réunion Antilles / Guyane Nouvelle-Calédonie Polynésie Française Saint-Pierre et Miquelon	Canal, Orange, Parabole Réunion, SRR, ZEOP, Canal, Orange, SFR/Numericable Canal, CAN'L, SFR, VINISPM	
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 beINSPORTS Connect	TABLETTE / CONSOLES / TV CONNECTEES sur appli TV des distributeurs, selon disponibilité beINSPORTS Connect	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE :	TELEVISEUR NON	INTERNET www.beinsports.com/france/replay	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TWITTER INSTAGRAM DAILYMOTION	Facebook.com/beINSPORTSFrance Twitter.com/beinsports_FR Instagram.com/beinsports_FR Dailymotion.com/beinsports	
AUTRES OFFRES ET SERVICES	<ul style="list-style-type: none"> • beIN SPORTS CONNECT, offre de type OTT donnant accès aux chaînes et services de beIN SPORTS depuis un ordinateur, un smartphone, une tablette, une console de jeu Xbox One, Playstation 4, une Smart TV Samsung ou LG et compatible Chromecast • beIN Ligue 1, application pour smartphones et tablettes permettant de suivre les actions clés de tous les matchs de Ligue 1 au travers d'extraits en quasi direct et de retrouver dès le coup de sifflet final le résumé de chaque match, ainsi que des compilations vidéos. 		
REGIE PUBLICITAIRE	beIN REGIE www.beinregie.beinsports.com		

BERBÈRE TÉLÉVISION *

1 ter, rue du Marais
93 100 Montreuil
Tél/Fax : 01 48 18 12 38 / 37
www.brtvconnect.com



Société éditrice : Groupe Radio Berbère Télévision
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : fin 1999
Lancement de la chaîne : janvier 2000

Forme juridique : S.A.R.L
Capital : 32 500 €
Effectif : 10

THEMATIQUE	Généraliste		
PUBLIC VISE	Population berbérophone en France, Europe, Nord Afrique et Canada		
ORGANIGRAMME	Président Directeur d'antenne et des programmes Responsable technique / marketing	Mohamed SAADI Miloud LASSAL Hocine DIRI	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	FRANSAT	NON	OUI - Bouquet Berbère
	EutelSat 5WA	NON	OUI - Bouquet Berbère
Câble	Numericable	NON	OUI - Bouquet Berbère
ADSL	Orange, Free, SFR, Bouygues, Darty, Virgin	NON	OUI - Bouquet Berbère
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	NON		
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Europe via Satellite Afrique du Nord via Satellite Canada sur Fibre / ADSL Monde sur internet	EutelSat 5WA EutelSat 7WA BELL TV www.brtvconnect.com	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR NON	INTERNET www.brtvconnect.com	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK https://www.facebook.com/berberetelevision/	TWITTER https://twitter.com/BerberTV	
DEVELOPPEMENTS 2017	Passage à la HD. Arrivée de Berbère Music et Jeunesse sur le Satellite Eutelsat 7WA. Plusieurs projets d'intégration de services type Molotov.tv, Roku, etc.		
REGIE PUBLICITAIRE	BRTV Publicité	Hocine DIRI hocinediri@brtvpro.tv 01 48 18 12 38 / 06 66 86 44 93	

* Fiche 2017 non actualisée par la chaîne.

BEST OF SHOPPING

13, rue du Capricorne
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 : 213 (effectif total HSS)

THEMATIQUE	Téléachat		
PUBLIC VISE	Tout public		
PRODUCTION	14 nouveaux programmes	Durée d'un programme : 30 min.	
PROGRAMMATION			
Part des différents genres de programmes	Part de programmes inédits Téléachat	78 % 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 Sophie GRANGE Monique PARMENTIER Myriam GUILI Frédérique THIBAUT Nadège GOSSELIN	
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
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	NON		
DIFFUSION HORS DE FRANCE	NON		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR NON	INTERNET NON	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK NON	TWITTER NON	

BET

22, rue Jacques Dulud
92 521 Neuilly-sur-Seine cedex
Tél : 01 70 94 94 94
www.betchannel.fr



Société éditrice : Viacom international Media Networks France
Convention CSA : NON **Forme juridique :** SARL
Création de la chaîne : 1980 **Capital :** nc
Lancement de la chaîne : novembre 2015 **Effectif :** > 100

THEMATIQUE	La chaîne sur toute la culture noire américaine, 100 % divertissements	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	50 heures
PROGRAMMATION	Programmes inédits	>300 heures / an
Part des différents genres de programmes	Documentaires	15 %
	Cinéma	5 %
	Fiction / Télé-réalité	70 %
	Information	5 %
	Spectacle vivant / Musique	5 %
PROGRAMMES PHARES	Prince de Bel Air ; Bet Buzz ; Ma femme, ses enfants et moi ; The New edition Story ; The Quad ; Being Mary Jane ; Bet Awards ; Bet Hip Hop Awards, etc	
ACTIONNAIRE(S)	Viacom international	100 %
ORGANIGRAMME	Gérant Directeur des programmes Responsable de la programmation Directeur promotion/communication/marketing Directeur digital Directrice de la production Directrice juridique Directrice des études	Thierry CAMMAS Pierre HERGAUT Sindanu KASONGO Nicolas BESNIER Nicolas DOMONT Karine SEVRAIN Céline FERTE Muriel FERRERO
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION		
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE
Satellite	Canal	OUI
Câble	Numericable, SIVU, VIALIS, etc...	OUI
ADSL	Canal, Bouygues, Free, SFR, Orange, VITIS, WIBOX, etc....	OUI
Mobile/3G	SFR Mobile, Bouygues	OUI
RESEAU EN OPTION		NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Guadeloupe, Martinique, Réunion	WSG, MTVC, VITIS, OMT, Orange, etc...
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Afrique Subsaharienne Monaco Suisse Belgique	Canal+ International Monaco Telecom, Canal, Orange, VITIS Canal Coditel
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Appli BET, Canal, Numericable, Bouygues, SFR, Orange, Free	TABLETTE Appli BET, Canal, Numericable, Bouygues, SFR, Orange, Free
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Canal, Numericable, Bouygues, SFR, Orange, Free	INTERNET Canal, Numericable, Bouygues, SFR, Orange, Free
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TWITTER INSTAGRAM	BET.TV.FR @BET_FR https://www.instagram.com/bet_tv_fr/
REGIE PUBLICITAIRE	Viacom International Media Networks Advertising & Brand Solutions	Philippe LARRIBAU – Directeur Philippe.larribau@vimn.com

BFM BUSINESS

12, rue d'Oradour-sur-Glane
75 015 Paris
Tél/Fax : 01 71 19 11 81
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 2017	18h / jour du lundi au jeudi 14h / jour le vendredi Programmes inédits le weekend	
PROGRAMMES PHARES	Good Morning Business ; Les Experts ; Le Grand journal : Les décodeurs de l'éco ; Les Sagas BFM Business ; C'est votre argent ; L'heure H ; After Business...		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Information	100 %	
ACTIONNAIRE(S)	NextRadioTV	100 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	100 %	
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Directeur de la rédaction Directrice déléguée, directrice de l'antenne et moyens technologiques Directrice financière Responsable communication	Alain WEILL Pierre FRAIDENRAICH Stéphane SOUMIER Béatrice HEMERY Emmanuelle MARTI Amélie FOUASSIER	
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	MOBILE	TABLETTE	
UNE APPLICATION SUR :	BFM Business sur Appstore et Play Store	BFM Business sur Appstore et Play Store	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR	INTERNET	
	OUI	www.bfmbusiness.bfmtv.com	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK	TWITTER	
	BFM BUSINESS	@bfmbusiness	
REGIE PUBLICITAIRE	NextRégie	Pierre-Henry MEDAN rmcregie@rmcregie.fr 01 71 19 11 71	

BFM SPORT12 rue d'Oradour-sur-Glane
75 015 Paris**Société éditrice :** BFM Sport
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : juin 2016
Lancement de la chaîne : 7 juin 2016**Forme juridique :** SASU
Capital : 1 000 €

THEMATIQUE	Chaîne d'information sportive		
PUBLIC VISE	Grand public		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	1 300 heures de flux 600 heures de stock	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Information	100 %	
PROGRAMMES PHARES	Le 60 min Sport ; Le Grand Week-end Sport ; After Foot		
ACTIONNAIRE(S)	NextRadioTV	100 %	
ORGANIGRAMME	Président Direction générale Direction des rédactions Responsable d'antenne Directeur partenariat et promotion Relation presse Responsable juridique	Alain WEILL François PESENTI Laurent LOPEZ Frank GUILLOUARD Julien RIPPERT Solène DELOBELLE Stéphanie CORBIERE	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	NON	NON	NON
Câble	SFR (Numericable)	NON	BOUQUET SFR NEWS inclus dans Power, Power+, Premium
ADSL	SFR	NON	BOUQUET SFR NEWS inclus dans Power, Power+, Premium
Mobile/3G	SFR	NON	Application SFR TV
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Réunion, Guadeloupe, Martinique, Guyane	SFR	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Luxembourg Ile Maurice Suisse	SFR SFR Mauritius Telecom / My.t Swisscom	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE AUPRES DES ABONNES « SFR NEWS »	TELEVISEUR Via les box SFR pour les parcs FTTB, FTTH (Cable et ADSL)	APPLICATION Via l'application SFR TV sur smartphones et tablettes	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Application SFR TV & SFR Sport	TABLETTE Application SFR TV & SFR Sport	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK BFM Sport	TWITTER @BFMSportTV	
REGIE PUBLICITAIRE	NextRégie	Pierre-Henry MEDAN rmcregie@rmcregie.fr 01 71 19 11 71	

BFM TV

12, rue d'Oradour-sur-Glane
75 015 Paris
Tél/Fax : 01 71 19 11 81
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 2017	20 h de direct par jour, 7/7 jours
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	100 %
Part des différents genres de programmes	Information	100 %
PROGRAMMES PHARES	Première Edition ; Bourdin Direct ; 19h Ruth Elkrief ; Grand Angle ; BFM Politique ; 7 jours BFM...	
ACTIONNAIRE(S)	NextRadioTV	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur général et directeur de l'information Directrice de la rédaction Directrice de l'antenne et moyens technologiques Directrice financière Responsable relations presse et partenariats	Alain WEILL Hervé BEROUD Céline PIGALLE Béatrice HEMERY 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	NextRégie	Pierre-Henry MEDAN rmcregie@rmcregie.fr 01 71 19 11 71

BOING

115/123, avenue Charles de Gaulle
 92 200 Neuilly-sur-Seine
 Tél/Fax : 01 72 25 00 00 / 18 36
 www.boingtv.fr

Société éditrice : Turner Broadcasting System Europe Ltd.**Convention CSA :** non**Lancement de la chaîne :** 08/04/2010**Forme juridique :** S.A.S.

THEMATIQUE	Jeunesse		
PUBLIC VISE	6-12 ans, filles et garçons		
PROGRAMMES PHARES	Yo-Kai Watch ; Johnny Test ; Tempêtes de boulettes géantes ; Les As de la Jungle ; Digimon Appmon ; Dragons ; Supernoobs ; Yu-Gi-Oh ! ; Quoi d'neuf Scooby-Doo ?...		
ACTIONNAIRE(S)	Turner Broadcasting System Europe	100 %	
ORGANIGRAMME	SVP Europe du Sud et Afrique Directeur des programmes et acquisitions Directeur du marketing, RP et digital Directeur de la distribution et du Business development Attachée de presse Directrice de la publicité	Jaime ONDARZA 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 Max
	Fransat	NON	Jeunesse
Câble	Numericable	NON	OUI - Power
ADSL	Canal	My Tv by Canal (Free) - Famille by Canal (Orange)	
	Orange		OUI - Intense - famille Max
	SFR	NON	OUI - Jeunesse - Jeunesse Extra - Power
	Free	NON	OUI - A la carte + kids
	Molotov	NON	OUI - Basique étendu
	Bouygues	NON	OUI - Basique étendu - Jeunesse
Mobile/3G	Orange Mobile	NON	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Saint-Pierre et Miquelon, Caraïbes Guadeloupe, Martinique Maurice Réunion Nouvelle-Calédonie	Orange Outremer Telecom - MTVC - WSG Mauritius Telecom SFR Réunion - Zeop - Outremer Telecom Can'I	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Afrique Maroc Gabon Madagascar	Voo Swisscom, UPC Cablecom, Canal - Sunrise, Netplus Startimes - Telestar - Neerwaya - Sonatel, Bleusat Maroc Telecom Sonatel - Satcon Blueline	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVEUSEUR Orange, Free, Numericable, SFR, Canal, Bouygues, Molotov	INTERNET NON	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE BoingAPP France	TABLETTE NON	
REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité	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	Bugs et les Looney Tunes ; La Panthère Rose et ses amis ; Bunnica ; Tom et Jerry Show ; Mr Bean ; Les Fous du Volant ; Grizzy et les Lemings ; Baby Looney Tunes ; Inspecteur Gadget ; La Chouette & Cie.		
ACTIONNAIRE(S)	Turner Broadcasting System Europe	100 %	
ORGANIGRAMME	SVP Europe du Sud et Afrique Directeur des programmes et acquisitions Directeur du marketing, RP et digital Directeur de la distribution et du business development Attachée de presse Directrice de la publicité	Jaime ONDARZA 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 -	
	Orange	NON	Famille
	Fransat	NON	Bouquet Jeunesse
Câble	Numericable	NON	OUI - Power
ADSL	Canal	My Tv by Canal (Free) - Famille by Canal (Orange)	
	Orange	NON	OUI - Famille - Pack anglophone - Intense
	SFR	NON	OUI - Jeunesse - Jeunesse Extra - Anglo - Power
	Free	NON	OUI - A la carte Kids
	Molotov	NON	Basique Etendu
	Bouygues	NON	Basique Etendu - Jeunesse
Mobile/3G	Orange Mobile	NON	NON
	SFR Mobile		
	Numericable		
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Guadeloupe, Martinique Ile Maurice Réunion Nouvelle-Calédonie Seychelles	Outremer Telecom - Orange MTVC, WSG Mauritius Telecom SFR Réunion, Mediaserv - Zeop Can'I Cable & Wireless	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Luxembourg Madagascar Maroc Afrique	Proximus, Telenet, Telesat, Voo Netplus, Canal, Swisscom, Sunrise Citycâble - UPC Cablecom Telenet, Post Telecom Blueline Maroc Telecom Startimes, Neerwaya Sonatel, Telesat - Satcon	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Boomerang TV	TABLETTE NON	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR Free, Numericable, Canal, Orange SFR, Molotov	INTERNET www.CanalSatalademande.fr	
REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité	Gwenaëlle LESNE	



1, place du Spectacle
92 823 Issy-les-Moulineaux
Tél/Fax : 01 71 35 35 35
www.c8.tv



Société éditrice : Groupe Canal+
Convention CSA : oui
Lancement de la chaîne : 07/10/2012

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 10 000 €
Effectif : 220

THEMATIQUE	Généraliste	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	Touche pas à mon poste ! ; Il en pense quoi Camille ? ; Salut Les Terriens ; La Nouvelle Edition ; Punchline ; Pop Up	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	2 400 heures
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits (% du volume de diffusion)	29 %
Part des différents genres de programmes	Fiction	22 %
	Cinéma	4 %
	Spectacle vivant	1 %
	Documentaires et magazines	24 %
	Information	1 %
	Sport - y compris information sportive	1 %
	Jeux et divertissements	28 %
	Autres	19 %
ORGANIGRAMME	Directeur général	Franck APPIETTO
	Directrice de la programmation	Valérie BILLAUT
	Directrice de la communication	Virginie GRANDCLAUDE
	Directrice de la promotion et des partenariats	Nathalie LACAN
	Directrice marketing et études	Ingrid MERLE
	Directeur financier	Géraldine GYGI-LAGGIARD
	Directeur de la production	Maxime FOUCHE
	Directeur des flux et divertissements	Julien LALANDE
	Directeur du spectacle vivant	Manuel COHEN SCALI
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Caraiibes, Réunion et Nouvelle-Calédonie	Orange, Canal Overseas, SFR, Mobius, King TV, Mediaserv, Outremer Telecom
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Afrique, Luxembourg, Suisse	Canal Overseas, Tango, FAI suisses
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE iOS, Windows8 et Android via Mycanal, via D8 et via les app FAI	TABLETTE iOS, Windows8 et Android via Mycanal via D8 et via les app FAI
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR CanalSat à la demande Et C8 sur Orange, SFR, BT, Free, HBBTV	INTERNET CanalSat à la demande et c8.tv
RESEAUX SOCIAUX	SITE TWITTER FACEBOOK APPLICATIONS	www.c8.fr twitter.com/C8TV www.facebook.com/C8TV www.c8.fr/pid5211-c8-toutes-les-applis.html
REGIE PUBLICITAIRE	Canal+ Régie	Francine MAYER francine.mayer@canal-plus.com 01 71 35 54 40

CANAL J

28, rue François I^{er}
75 008 Paris
Tél/Fax : 01 56 36 55 55 / 59
www.canalj.fr



Société éditrice : Lagardère Thématiques
Création de la chaîne : 23/12/1985
Lancement de la chaîne : 23/12/1985

Convention CSA : oui
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 34 880 409 €

THEMATIQUE	Jeunesse		
PUBLIC VISE	4-14 ans		
PROGRAMMES PHARES	Pokémon ; Power Rangers ; Beyblade Burst ; Titeuf ; Zak Storm ; Sonic Boom ; Totally Spies ; Les nouvelles aventures du chat potté ; Bande de sportifs, etc.		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	30 heures annuelles	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Fiction Animation Jeux et divertissements	10 % 85 % 5 %	
ACTIONNAIRE(S)	Lagardère Active TV Lagardère Active Broadcast	59,51 % 40,49 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité Abonnements	10 % 90 %	
ORGANIGRAMME	Président Directrice déléguée du Pôle TV Directeur délégué adjoint du Pôle TV Directeur commercial et développement Pôle TV Directrice d'antenne Directrice des programmes Directrice de la communication Directrice de la production Directrice des affaires réglementaires et des relations institutionnelles	Richard LENORMAND Caroline COCHAUX Julien FIGUE Jean-René AUCOUTURIER Caroline MESTIK Caroline ADELUS Samira CHAHBOUNE Magali TORRICE-VINCON Cécile DURAND-GIRARD	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat Fransat	OUI OUI	NON 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, Numericable
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique, Suisse, Luxembourg, Cameroun, Côte d'Ivoire, Guinée-Conakry, Haïti, Liban, Madagascar, Mali, Ile Maurice, Monaco		
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR My Canal, Bouygues, Orange, SFR	INTERNET Mycanal.fr	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK YOUTUBE TWITTER	Canal J Canal J @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	Lagardère Publicité	Marie RENOIR-COUTEAU (01 41 34 97 10) Marie.renoircouteau@lagardere-pub.com	

CANAL+
(Premium, Cinéma,
Sport, Séries, Family,
Décaté)

1, place du Spectacle
92 863 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél : 01 71 35 35 35
www.canalplus.fr



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 Conseil de Surveillance	Vincent BOLLORE
Président du Directoire	Jean-Christophe THIERY
Directeur général du Groupe CANAL+	Maxime SAADA
Directeur général des antennes du Groupe CANAL+	Gérald BRICE-VIRET
Directeur des programmes de flux	Franck APPIETTO
Directeur des chaînes thématiques du Groupe CANAL+	Jean-Marc JURAMIE
Directeur des sports	Thierry CHELEMAN
Directrice du pôle Création Originale	Arielle SARACCO
Directeur de la fiction française	Fabrice de la PATELLIERE
Directrice du marketing	Mathilde VILLETTE
Directrice de la communication	Laurence GALLOT

TNT Payante (Canal+, Canal+ Cinéma et Canal+ Sports)

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CANAL	CANAL Essentiel	Pack les chaînes CANAL
Câble	Numericable et Darty BOX	CANAL Essentiel	Pack les chaînes CANAL
ADSL/Fibre	Tous les FAI	CANAL Essentiel	Pack les chaînes CANAL
Wifi TNT	Via le Cube S	CANAL Essentiel	Pack les chaînes CANAL

DIFFUSION DANS LES DROM/ POM/COM/TOM Martinique, Guadeloupe, Guyane, Réunion, Mayotte, Comores, Seychelles, Maurice, Madagascar, Nouvelle-Calédonie, Wallis et Futuna

DIFFUSION HORS DE FRANCE Corse, Monaco, Suisse, Afrique

DIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :

MOBILE iOS, Windows8 et Android via My Canal TV connectées Samsung	TABLETTE iOS, Windows8 et Android via My Canal
--	---

SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE

TELEVISEUR CANAL à la demande	INTERNET www.myCANAL.fr
---	-----------------------------------

RESEAUX SOCIAUX

FACEBOOK https://www.facebook.com/canalplus https://www.facebook.com/canalfrance https://www.facebook.com/lesseriescanal https://www.facebook.com/cinemacanalplus	TWITTER @canalplus @canal_france @seriescanalplus @cinemacanalplus
---	---

REGIE PUBLICITAIRE

Canal+ Régie	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	Gumball ; Adventure Time ; Regular Show ; Scooby-Doo ; Steven Universe ; Oncle Grandpa ; Clarence ; We Bare Bears ; Les Super Nanas ; Teen Titans Go ! ; OK KO let's Be Heroes ; Regular Show		
ACTIONNAIRE(S)	Turner Broadcasting System Europe	100 %	
ORGANIGRAMME	SVP Europe du Sud et Afrique Directeur des programmes et acquisitions Directeur marketing, RP et digital Directeur de la distribution et du Business Development Attachée de presse Directrice de la publicité	Jaime ONDARZA 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
Câble	Numericable	NON	OUI - Power + Family - Jeunesse
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Guadeloupe, Martinique Tahiti Réunion Nouvelle-Calédonie Seychelles	Outremer Telecom, MTVC, WSG, Molotov Vini Canal Réunion, Outremer Telecom Can'I Cable and Wireless	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Maurice Belgique Suisse Luxembourg Maroc Madagascar Afrique	Mauritius Proximus, Telenet, Telesat, Voo Mobistar Canal, Swisscom, Netplus, UPC Cablecom, Citycâble, Sunrise Telenet, Post Telecom Maroc Telecom Blueline Satcon, Bleusat, Malivision, Telestar, Neerwaya, Startimes	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Canal Numericable Free Orange	INTERNET www.CanalSatalademande.fr	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE CN watch and play	TABLETTE NON	
REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité	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.chasseepechetv.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	Chasseur Français, le mag ; Les tutos ; Québec à vol d'oiseau ; Chasse et Pêche d'ailleurs ; Cuisine sauvage ; Mordu de la pêche ; Addiction pêche.		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires et magazines		100 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.S.		100 %
ORGANIGRAMME	Directrice générale GROUPE AB Dga en charge de l'édition des chaînes, de l'acquisition et la gestion des droits audiovisuels et de la production documentaire GROUPE AB Directeur digital et distribution des chaînes Directrice marketing et communication GROUPE AB Responsable de l'antenne et de la programmation des chaînes Découverte et Sports Responsable éditorial Attachée de presse	Orla NOONAN 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 - Pack Nature
ADSL	Free	NON	OUI - Pack BIS Premium / Pack BIS Ultimatum / Pack BIS Panorama
	SFR	NON	OUI - Premium / Pass Découverte
	Bouygues	NON	OUI - Grand Angle
	Orange	NON	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 Chasse et pêche (officiel)		TWITTER @chassepecheTV
REGIE PUBLICITAIRE	RÉGIS, publicité et opérations spéciales		David BYWALSKI david.bywalski@groupe-ab.fr 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	Sous les jupons de l'histoire ; Sans Tabou ; C'est mon choix ; Le Jour où tout a basculé ; Tous pour un...	
ACTIONNAIRE(S)	Boileau TV	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur général des programmes et des antennes Responsable des flux et divertissements Directrice de la programmation Directrice de la communication Directrice des relations presse Directeur des productions	Guillaume PERRIER Stéphane JOFFRE-ROMEAS Michael VEY Céline CHANAT Candice de SAINT-PERN Delphine BOURDET 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, Orange, Bouygues Telecom, Numericable et téléviseurs connectés HbbTV MOBILE Chérie 25 Replay disponible sur Windows 8, Blackberry	INTERNET www.nrj-play.fr/cherie25 TABLETTE Chérie 25 Replay disponible sur iOS, Android, Windows 8
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TWITTER INSTAGRAM	cherie 25 @cherie25tv cherie25tv
REGIE PUBLICITAIRE	NRJ Global www.nrjglobal.com	Sébastien BRIZARD sbrizard@nrjglobal.fr 01 40 71 38 81

CINÉ FX

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

Société éditrice : AB Thématiques
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 15/09/2002
Lancement de la chaîne : 15/09/2002

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

THEMATIQUE	Cinéma		
PUBLIC VISE	Hommes		
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	35 %	
Part des différents genres de programmes	Cinéma	90 %	
	Documentaires et magazines	10 %	
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.S.	100 %	
ORGANIGRAMME	Directrice générale GROUPE AB Dga en charge de l'édition des chaînes, de l'acquisition et la gestion des droits audiovisuels et de la production documentaire GROUPE AB Directeur digital et distribution des chaînes Directrice marketing et communication GROUPE AB Responsable éditoriale des chaînes CINÉMA Responsable éditorial Attachée de presse	Orla NOONAN Richard MAROKO Vincent GRYNBAUM Cécile BRINO Mathilde VASLOT William MARQUETOUT Monique DIOUF	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	BIS TV	NON	OUI
ADSL	Free	NON	OUI
	SFR	NON	OUI
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR OUI	INTERNET NON	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK http://www.facebook.com/CineFXTV	TWITTER @CineFXTV	
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	



1, place du Spectacle
 92 863 Issy-les-Moulineaux cedex 9
 Tél : 01 71 35 35 35
 www.cineplus.fr



Société éditrice : Multithématiques
Convention CSA : oui
Création des chaînes CINÉ+ : 17/5/11
Origine : Cinécinémas - sept. 1988

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 84 340 983 €

THEMATIQUE	Cinéma
-------------------	--------

PUBLIC VISE	Tout public
--------------------	-------------

ACTIONNAIRE de Multithématiques	Groupe CANAL+	100 %
--	---------------	-------

ORGANIGRAMME	Directeur général du Groupe CANAL+	Maxime SAADA
	Directeur général des antennes du Groupe CANAL+	Gérald-Brice VIRET
	Directeur des chaînes thématiques du Groupe CANAL+	Jean-Marc JURAMIE
	Directeur de CINÉ+	Vincent GIRERD
	Directrice du marketing	Mathilde VILLETTE
	Directrice de la communication Groupe CANAL+	Laurence GALLOT
	Responsable de la communication pôle cinéma CANAL+	Karletty LAVOCAT
	Attachée de presse	Pascale MARIE

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	NON	OUI
Câble	Vialis	NON	OUI
ADSL	Free, SFR, Bouygues, Orange	NON	OUI
OTT	Molotov TV	NON	OUI

DIFFUSION DANS LES DROM/POM/COM/TOM	6 chaînes Caraïbes Réunion, Mayotte Nouvelle-Calédonie	Canal, Orange, SFR, Mediaserv Canal, Parabole Réunion, Orange, SFR Canal
--	---	--

DIFFUSION HORS DE FRANCE	Suisse, Belgique Afrique	Voo BeTV, Canal Suisse, UPC Cablecom, Swisscom, Net+ Canal Afrique, Parabole Maurice et Madagascar
---------------------------------	---------------------------------	---

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE iOS, Windows8 et Android via My Canal TV connectées Samsung	PC, TABLETTE iOS, Windows8 et Android via My Canal
--	---	--

SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Ciné+ à la demande	INTERNET Via My Canal
---	---	---------------------------------

RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK https://www.facebook.com/cineplus.fr	TWEETER @mycineplus
------------------------	--	-------------------------------

REGIE PUBLICITAIRE	Canal+ Régie	Francine MAYER Francine.mayer@canal-plus.com 01 71 35 55 10
---------------------------	--------------	---

CNEWS

1, rue les Enfants du Paradis
92 652 Boulogne-Billancourt
Tél/Fax : 01 71 35 35 35
www.itele.fr



Société éditrice : SESI
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 04/11/1999
Lancement de la chaîne : 04/11/1999

Forme juridique : S.N.C.
Capital : 7 500 €

THEMATIQUE	Information	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	La Matinale Info ; Les Pros de l'info ; Le Direct Ferrari ; 20h Foot ; Galzi jusqu'à minuit ; La Matinale Week-End ; 13h Foot ; L'hebdo de l'éco ; Le Grand rendez-vous...	
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 CNEWS Directeur délégué à l'information Responsable antenne Directrice de la communication Directrice des ressources humaines Responsable juridique	Jean-Christophe THIERY Serge NEDJAR Thomas BAUDER Ludovic MERINDOL Virginie GRANDCLAUDE Mathilde SCHWERTZ Virginie FRANÇ
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	CanalSat Caraïbes CanalSat Calédonie, CanalSat Réunion
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	Canal+ Afrique CanalSat Caraïbes Canal+ Réunion Canal+ Calédonie
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR NON	INTERNET NON
DIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE iOS, Windows8 et Android via Mycanal	TABLETTE iOS, Windows8 et Android via Mycanal
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK ITELE	TWITTER @itele / @itele_LesOFF
REGIE PUBLICITAIRE	Canal+ Régie	Francine MAYER francine.mayer@canal-plus.com 01 71 35 55 07 Véronique THOMAS veronique.thomas@canal-plus.com 01 71 35 38 22

COMÉDIE+

1, place du Spectacle
92 863 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél : 01 71 35 35 35
www.comedieplus.fr

Société éditrice : Multithématiques
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 29/11/1997

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 84 340 983 €

THEMATIQUE	Fiction et divertissement		
PUBLIC VISE	Tout public		
ACTIONNAIRE de Multithématiques	Groupe CANAL+	100 %	
ORGANIGRAMME	Directeur général du Groupe CANAL+	Maxime SAADA	
	Directeur général des Antennes du Groupe CANAL+	Gérald-Brice VIRET	
	Directeur des chaînes thématiques du Groupe CANAL+	Jean-Marc JURAMIE	
	Directeur des programmes COMEDIE+	Paul ELKAIM	
	Directrice du marketing	Mathilde VILLETTE	
	Directrice de la communication Groupe CANAL+	Laurence GALLOT	
	Responsable de communication	Clarisse FORT-HALLEREAU	
	Attachée de presse	Guillemette BERARD	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	OUI	NON
Câble	Vialis	NON	OUI
ADSL	Offres By Canal	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DROM/POM/COM/TOM	Caraïbes Réunion, Mayotte Nouvelle-Calédonie Polynésie	Canal Canal, Parabole Réunion Canal Vini	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Monaco Afrique	Voo Be TV, SFR, Telesat, SFR Belgique Canal, UPC Cablecom, Cablecom, Swisscom, Net+ Monaco Telecom Canal Afrique, Parabole Maurice et Madagascar	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUR Canal à la demande	INTERNET My Canal	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE iOS, Windows8 et Android via MyCanal TV connectées Samsung	TABLETTE iOS, Windows8 et Android via Mycanal	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK https://www.facebook.com/comedieplus	TWITTER @comedie_plus	
REGIE PUBLICITAIRE	Canal+ Régie	Francine MAYER francine.mayer@canal-plus.com 01 71 35 55 10	

CSTAR

1, place du Spectacle
92 823 Issy-les-Moulineaux
Tél/Fax : 01 71 35 35 35
www.d17.tv



Société éditrice : Groupe Canal+
Convention CSA : oui
Lancement de la chaîne : 07/10/2012

Forme juridique : S.A.S
Capital : 10 000 €
Effectif : 10

THEMATIQUE	Musicale	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	Top Streaming ; Pawn Stars ; Top CSTAR...	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	760 heures
PROGRAMMATION	Part des différents genres de programmes	
	Fiction	14 %
	Cinéma	2 %
	Spectacle vivant	16 %
	Documentaires et magazines	1 %
	Vidéomusiques	50 %
	Jeux et divertissements	1 %
	Autres	12 %
ORGANIGRAMME	Président	Christophe SABOT
	Directeur financier	Géraldine GYGI-LAGGIARD
	Directrice de la programmation	Valérie BILLAUT
	Directrice de la communication	Virginie GRANDCLAUDE
	Directrice de la promotion	Nathalie LACAN
	Directrice marketing et études	Ingrid MERLE
	Directeur de la production	Maxime FOUICHE
	Directeur musique et divertissement	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	Caraiibes, Réunion, Nouvelle-Calédonie	Orange, Canal overseas, SRR, Mobius WSG, Outremer Telecom
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique, Afrique, Luxembourg	Canal Overseas, Tango, Tecteo
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR CanalSat à la demande Et CSTAR sur Orange, SFR, BT, Free	INTERNET www.cstar.fr
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE MyCanal et app D17 et app FAI	TABLETTE MyCanal et app CSTAR et app FAI
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TWITTER Application	CSTAR @CSTAR cstar.tv/apps
REGIE PUBLICITAIRE	Canal+ Régie	Francine MAYER francine.mayer@canal-plus.com 01 71 35 54 40

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 : 5

THEMATIQUE	Service		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMES PHARES	Services : Journal de l'Emploi, SOS Campagne, employeur de marque orientation l'invité, Enquête d'emplois ITV campus Entrepreneuriat : Label Entreprise, Business Woman, Paroles d'expert Musique : en acoustique playlist session Territoire : Demain La Cité, val hebdo, Fenêtre sur..., Terres de France Documentaires : architecture, société		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2015 (2016 en cours d'élaboration)	280 heures	
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	80 % (20 % de rediffusion n-1 et autres chaînes)	
Part des différents genres de programmes	Documentaires et magazines	12,0 %	
	Spectacle vivant	1,5 %	
	Autres	86,5 %	
ACTIONNAIRE(S)	SPMI		
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	5 %	
	Autres	95 %	
ORGANIGRAMME	Président	Pierre AZOULAY	
	Directeur d'antenne	Jérôme JOINET	
	Production	Virginie SCHMIDT	
	Partenariats	Jérôme CALTRAN	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	Orange, Free, SFR	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	NON		
DIFFUSION HORS DE FRANCE	NON		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUSEUR	INTERNET	
	NON	Quelques émissions ou extraits sur www.demain.fr	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE	TABLETTE	
	NON	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	Alaska : la ruée vers l'or ; Péril en haute mer ; Occasions à saisir ; Retour à l'instinct primaire ; Américains...		
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 Julien BERGEAUD 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	TELEVISEUR SFR Play	INTERNET SFR Play	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TWITTER YOUTUBE	discoverychannel France @discoveryFR Discovery Channel France	
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 Publicité 6, place Abel Gance 92 100 Boulogne-Billancourt 01 41 41 11 89		

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	Cake Boss ; Hell's Cat ; Dr. Dee ; Véto en Alaska...		
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 Julien BERGEAUD 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	TELEVISEUR SFR Play	INTERNET SFR Play	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TWITTER	Discovery Family France @discoveryFR	
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 Publicité 6, place Abel Gance 92100 Boulogne-Billancourt 01 41 41 11 89		

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	L'amour à mort ; Petits meurtres en famille ; Mon voisin le tueur ; Disparus...		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires / Fictions	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 Julien BERGEAUD 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 TWITTER YOUTUBE	Discovery Investigation France @discoveryFR Discovery Investigation France	
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 Publicité 6, place Abel Gance 92100 Boulogne-Billancourt 01 41 41 11 89		

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	Voyage dans l'espace-temps avec Morgan Freeman ; 1000 morts insolites ; Mythbusters...		
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 Julien BERGEAUD 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 TWITTER YOUTUBE	Discovery Science France @discoveryFR Discovery Science France	
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 Publicité 6, place Abel Gance 92100 Boulogne-Billancourt 01 41 41 11 89		

**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	Soy Luna ; Raven ; Andi Mack ; Raiponce la série ; Elena d'Avalor ; Descendants ; Miraculous ; Les Aventures de Ladybug et Chat Noir ; Camp Kikiwaka ; Agent K.C, etc		
PRODUCTION	Investissements en quota européens de programmes pour la chaîne en 2017	53 heures	
PROGRAMMATION	Part des différents genres de programmes		
	Animation	48 %	
	Série fiction	32 %	
	Téléfilms	5 %	
	Longs métrages	1,5 %	
	Publicité et habillage	9 %	
ORGANIGRAMME	Président	Jean-François CAMILLERI	
	Directrice générale	Hélène ETZI	
	Directrice des programmes et des acquisitions	Pauline DAUVIN	
	Directrice marketing et services créatifs	Claire MATIGNON	
	Achats de programmes	Archibald REBECHÉ	
	Digital	David POPINEAU, Penelope CHAPELAIN-MIDY	
	Communication	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	Belgique Suisse Luxembourg Polynésie	Belgacom, Be TV Tele Club, Naxoo Tango TNS	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Disney Channel Replay	INTERNET NON	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK Disney Channel FR YOUTUBE Disney Channel FR	TWITTER @disneychannelfr	
DEVELOPPEMENT 2017	Application : App Disney Channel		
REGIE PUBLICITAIRE	Disney Media & Partenariats, Relations commerciales Disney Media & Partenariats, Promotion des offres et opérations	Nadia ROLETTI 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 : S.A.S.

THEMATIQUE	Cinéma		
PUBLIC VISE	Familles		
PROGRAMMES PHARES	Zootopie ; Vaiana ; Star Wars ; Le Livre de la Jungle ; La reine des Neiges ; Raiponce ; Cars ; Rebelle ; La Petite Sirène ; Cendrillon ; Toy Story ; Pinocchio ; Frère des Ours ; Peter Pan ; Mary Poppins ; Le voyage d'Arlo ; Pretty Woman ; Into the Wood ; Alice aux pays des Merveilles, etc		
ORGANIGRAMME	Direction générale et d'antenne	David LEVINE	
	Direction juridique	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	TELEVISEUR 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 : S.A.S.

THEMATIQUE	Jeunesse		
PUBLIC VISE	Enfants de 3 à 6 ans et leurs parents		
PROGRAMMES PHARES	Mickey et ses Amis Top Départ ; Vampirina ; Le Monde de Bingo et Rolly ; Pyjamasques ; Trulli Tales ; La Garde du Roi Lion ; Princesse Sofia ; Docteur la peluche, etc		
PROGRAMMATION			
Part des différents genres de programmes	Animation	90 %	
	Divertissement	1 %	
	Films / TV Films	1 %	
	Publicité	4 %	
	Promotions	3 %	
	Habillage	1 %	
ORGANIGRAMME	Direction générale et d'antenne	David LEVINE	
	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 Canal	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE My Canal	TABLETTE My Canal	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK Disney Junior YOUTUBE Disney Junior	TWITTER @disneyjuniorfr	
DEVELOPPEMENT 2017	Application : Disney Junior Play		
REGIE PUBLICITAIRE	Disney Media et Partenariats, Relations commerciales Disney Media et Partenariats, Promotion des offres et opérations	Nadia ROLETTI Julie JOLY	

DISNEY XD

25, quai Panhard et Levassor
 75 644 Paris cedex 13
 Tél : 01 73 26 54 00
 www.disneyxd.fr



Société éditrice : The Walt Disney Company France S.A.S

Convention CSA : oui

Création de la chaîne : 01/04/2009

Lancement de la chaîne : 01/04/2009

Forme juridique : S.A.S.

Capital : 384 810 €

THEMATIQUE	Jeunesse - La chaîne du fun et de l'humour		
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 ; Les Aventures des Freemaker ; Like Me ; Blagues Squad ; Phinéas & Ferb ; Star Wars Rebels.		
PRODUCTION	Volume d'investissements en quota européens pour la chaîne en 2017	14 heures	
PROGRAMMATION	Part des différents genres de programmes		
	Animation	80 %	
	Série fiction	8 %	
	Magazine	1 %	
	Longs métrages	0.5 %	
	Publicité	6 %	
	Habillage	3 %	
ORGANIGRAMME	Président	Jean-François CAMILLERI	
	Directrice générale	Hélène ETZI	
	Directrice des programmes et des acquisitions	Pauline DAUVIN	
	Directrice marketing et services créatifs	Claire MATIGNON	
	Juridique	François-Xavier BOURDIER, Nathalie ARMSTRONG	
	Achats programmes	Archibald REBECHE	
	Digital	David POPINEAU, Penelope CHAPELAIN-MIDY	
	Communication	Hélène WETZEL	
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 Luxembourg Belgique Polynésie	Tele Club, Naxoo Tango Belgacom, Be TV TNS	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVEUSEUR Disney XD Replay	INTERNET My Canal	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE My Canal	TABLETTE My Canal	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK NON YOUTUBE DISNEY XD FR LIKE ME	TWITTER NON	
REGIE PUBLICITAIRE	Disney Media et Partenariats, Relations commerciales Disney Media et Partenariats, Promotion des offres et opérations	Nadia ROLETTI 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	Le meilleur de la culture pop avec des séries réalités (L'Incroyable Famille Kardashian, Chirurgie à tout prix, Revenge Body with Khloe Kardashian, Hollywood Medium, WAGS, Total Bellas ...) 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+, Swisscom Tango Monaco Telecom Les bouquets Canal+, Bleusat, Blueline, TENTSAT Africa, Startimes, Malivision, Mauritius Telecom	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR SFR	INTERNET NON	
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 TWITTER INSTAGRAM	E! Entertainment @eonlineFR eentertainmentfr	
REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité	Nathalie DINIS CLEMENCEAU nathalie.clemenceau@francetvpub.fr 01 56 22 63 45	

ELLE GIRL

28, rue François I^{er}
75 008 Paris
Tél/Fax : 01 56 36 55 55 / 59
www.ellegirltv.fr



Société éditrice : Lagardère Thématiques
Création de la chaîne : 15/09/2016
Lancement de la chaîne : 15/09/2016
Convention CSA : oui

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 34 880 409 €

THEMATIQUE	Divertissement (magazines, séries, documentaires, talk-show)		
PUBLIC VISE	Jeunes femmes 15-49ans		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	15 heures	
PROGRAMMATION	Fiction	60 %	
Part des différents genres de programmes	Magazine	15 %	
	TV réalité	25 %	
PROGRAMMES PHARES	Belle comme un camion ; Catwalks ; Pretty Little Liars ; Top Model USA ; The Ellen Show, etc.		
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 Direction d'antenne	Caroline COCHAUX	
	Directeur délégué adjoint du Pôle TV	Julien FIGUE	
	Directeur commercial et développement du Pôle TV	Jean-René AUCOUTURIER	
	Directrice des programmes	Camille BIGNON	
	Directrice de la communication	Samira CHAHBOUNE	
	Directrice de la production	Magali TORRICE-VINSON	
	Directrice des affaires règlementaires 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
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Réunion, Caraïbes, Martinique, Guadeloupe, Mayotte	CanalSat, Numericable	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique, Suisse, Luxembourg, Maroc, Haïti, Madagascar, Ile Maurice, Monaco, République Dominicaine		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR mycanal	INTERNET Mycanal.fr	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE mycanal	TABLETTE mycanal	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TWITTER DAILYMOTION YOUTUBE INSTAGRAM	ElleGirITV ELLEgirlTV ELLEgirltv ELLE Girl Ellegirltv	
REGIE PUBLICITAIRE	Lagardère Publicité	Marie RENOIR-COUTEAU Marie.renoircouteau@lagardere-pub.com 01 41 34 97 10	

ENORME TV *

10, rue La Vacquerie
75 011 Paris
Tél/Fax : 01 70 38 64 00
www.enorme.tv

Société éditrice : Les Chaînes TV Interactives
Création de la chaîne : 03/10/2011
Lancement de la chaîne : 07/12/2011

Forme juridique : S.A
Capital : 3 037 500 €
Effectif : 15

THEMATIQUE	Divertissement		
PUBLIC VISE	Toutes générations confondues		
PROGRAMMES PHARES	Open Bar ; Battle Show ; Fat Show ; La Vie de Famille ; Le collège Fou fou fou		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne	300 heures	
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	65 %	
Part des différents genres de programmes	Fiction	10 %	
	Cinéma	7 %	
	Animation	5 %	
	Spectacle vivant	13 %	
	Jeux et divertissements	65 %	
ACTIONNAIRE(S)	Famille VILGRAIN	85 %	
	Jean-Sébastien VENTURA	7,5 %	
	Olivier ALLEMAN	7,5 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	20 %	
	Autres ressources	80 %	
ORGANIGRAMME	Président	Sébastien VILGRAIN	
	Directeur général	Jean-Sébastien VENTURA	
	Directrice d'antenne et des programmes	Amandine BILLOT	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	SFR, Free, Bouygues, Orange, Virgin	OUI	NON
OTT	TEVOLUTION	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Nouvelle-Calédonie	GO TV	
	Ile Maurice	GO TV	
	La réunion	SFR	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Gabon, Cameroun	TNT AFRICA	
	Ile Maurice	Emtel	
	Belgique	BILLI	
	USA	VOILA	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR	INTERNET	
	En cours de développement	Via le site internet	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE	TABLETTE	
	Via le site internet et Play TV	Via le site internet et Play TV	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK	TWITTER	
	EnormeTV	@enormeTV	
REGIE PUBLICITAIRE	Régie publicitaire intégrée		

* Fiche 2017 non actualisée par la chaîne.

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	Sport - Info	
PUBLIC VISE	Parieurs, passionnés des courses hippiques	
PROGRAMMES PHARES	Le Grand Direct ; Lahalle Racing Club ; L'Avant-Courses ; Infos & Promos ; Off Courses	
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 générale Directeur de la rédaction Directeur de l'antenne Directeur des technologies Directeur marketing et communication	Laurent EICHINGER Anne-Cécile BALLAND Florent GAUTREAU Eric LAPAUZE Jean-François BERTRAND Lilian BAUDARD
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION		
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE
Satellite	Canal, Orange, BIS TV	OUI
Câble	Numericable	OUI
ADSL	Free , SFR, Bouygues, Orange, Canal DSL	OUI
Mobile / 3G	Orange Mobile, SFR Mobile, Bouygues Telecom	OUI OUI
BOUQUET EN OPTION		OUI - Bouquet Sport Canal NON NON NON NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Caraïbes, Ile Maurice, Nouvelle-Calédonie Réunion	CanalSat, Orange, Outremer Télécom CanalSat SFR Réunion, Outremer Télécom, Orange
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Suisse Belgique Luxembourg Monaco	Canal Suisse, UPC/Cablecom, Teleclub, Net Plus Voo, Numericable Numericable Monaco Télécom
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUSEUR Equidia - Free, Numericable, SFR, Canal, Orange	INTERNET Equidia - equidia.fr
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Application « Equidia »	TABLETTE Application « Equidia »
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK « Equidia – vous êtes dans la course » www.facebook.com/Equidia "Equidia Le Grand Direct" www.facebook.com/EquidiaLeGrandDirect YOUTUBE "Equidia " www.youtube.com/Equidia	TWITTER @Equidia https://twitter.com/equidia @Equidia_Live https://twitter.com/Equidia_Live INSTAGRAM : Equidia - www.instagram.com/equidia/
DEVELOPPEMENT 2018	Lancement d'Equidia Racing, nouvelle plate-forme digitale, de marque, de communication	
REGIE PUBLICITAIRE	REMICS & Cie	Remi COLLARD (01 76 61 83 60) remi@remicsetcompagnie.com

EURONEWS

56, quai Rambaud
69 002 Lyon
Tél: 04 28670000
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 : 26 885 595€
Effectif : 450

THEMATIQUE	Information		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMES PHARES	The Global Conversation ; Learning World ; Space, No Comment ; Futuris ; Business Planet, etc		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Information		100 %
ACTIONNAIRE(S)	Media Globe Networks Universal Studios Limited (NBC News) 20 groupes audiovisuels publics + trois collectivités locales		60 % 25 % 15 %
ORGANIGRAMME	Président du Conseil de Surveillance Vice-président du Conseil de Surveillance et Président du Conseil Editorial Président du Directoire Directeur du contenu Directeur financier Directeur des ressources humaines Directeur des opérations Directeur de la création		Naguib SAWIRIS Paolo GARIMBERTI Michael PETERS Lucian SARB David CIPEL Christophe DES ARCIS François SCHMITT Gregory SAMAK
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat, Orange, TNT Sat	OUI	NON
Câble	SFR Numericable, Usine électricité de Metz, Vialis + régies	OUI	NON
ADSL	CanalSat DSL, Orange,	OUI	NON
	Alchimie, SFR, Free, Bouygues	OUI	NON
		OUI	OUI - Bouquets linguistiques
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Nouvelle-Calédonie, Antilles		Telenet, C'nal, Orange Canal 10, le câble Antilles, CanalSatellite Caraïbes
DIFFUSION HORS DE FRANCE	167 pays à travers le monde		
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVEUR Replay : Free, Numericable TV connectée : Panasonic, Philips, Samsung, Toshiba, LG, Loewe, Vestel via NetRange MMH, Sharp, Roku, Technisat, Sony, Google TV	INTERNET www.euronews.com	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Euronews Live / Euronews Radio http://www.euronews.com/apps/	TABLETTE Euronews Live / Euronews Radio http://www.euronews.com/apps/	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TWITTER TUMBLR YOUTUBE, GOOGLE+		euronews @euronews euronews-tv euronews
REGIE PUBLICITAIRE	Euronews Sales		Myriam VERGNE myriam.vergne@euronews.com 01 53 96 50 10

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	Moto GP, Coupe de France, Tour de France, La Vuelta, Roland-Garros, Australian Open, US Open, Coupes du monde de sports d'hiver, 24 heures du Mans, Formula E, Pro D2...		
ACTIONNAIRE(S)	DISCOVERY		
ORGANIGRAMME	Country Manager France and Sports Rights Southern Europe - Discovery / Eurosport Directeur délégué - Responsable de l'antenne France Eurosport 1 et Eurosport 2 Senior Manager Marketing & Communication France - Discovery / Eurosport	Julien BERGEAUD Jérôme PAPIN 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, Orange Mobile	NON	NON
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	TELEVISEUR MyCanal (abonnement CANAL)	INTERNET www.mycanal.fr & www.eurosportplayer.fr	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE MyCanal & Eurosport Player	TABLETTE MyCanal & Eurosport Player	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK https://www.facebook.com/EurosportFR	TWITTER @Eurosport_FR	
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 Publicité 6, place Abel Gance 92 100 Boulogne-Billancourt 01 41 41 11 89		

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	Moto GP, Coupe de France, Tour de France, La Vuelta, Roland-Garros, Australian Open, US Open, Coupes du monde de sports d'hiver, 24 heures du Mans, Formula E, Pro D2...		
ACTIONNAIRE(S)	DISCOVERY		
ORGANIGRAMME	Country Manager France and Sports Rights Southern Europe - Discovery / Eurosport Directeur délégué - Responsable de l'antenne France Eurosport 1 et Eurosport 2 Senior Manager Marketing & Communication France - Discovery / Eurosport	Julien BERGEAUD Jérôme PAPIN 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, Orange Mobile	NON	NON
	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	TELEVISEUR MyCanal (abonnement CANAL)	INTERNET www.mycanal.fr & www.eurosportplayer.fr	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE MyCanal & Eurosport Player	TABLETTE MyCanal & Eurosport Player	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK https://www.facebook.com/EurosportFR	TWITTER @Eurosport_FR	
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 Publicité 6, place Abel Gance 92 100 Boulogne-Billancourt 01 41 41 11 89		

FRANCE 2

7, esplanade Henri de France
75 907 Paris cedex 15
Tél : 01 56 22 42 42
www.france2.fr



Société éditrice : France Télévisions

Convention CSA : oui

Création de la chaîne : 18/04/1964

Forme juridique : S.A. à capitaux publics

THEMATIQUE	Généraliste - chaîne de l'événement, dans tous les genres	
PUBLIC VISE	Tous publics	
PROGRAMMES PHARES	Télématin ; L'émission politique ; Envoyé spécial ; Complément d'enquête ; Cash Investigation ; Collection 20h55 ; Cellule de crise ; Stade 2 et les événements sportifs ; Rendez-vous en terre inconnue ; Secrets d'histoire ; Un jour, un destin ; Les petits meurtres d'Agatha Christie ; Candice Renoir ; Cherif ; Alex Hugo ; Dix pour cent ; Vestiaires ; La soirée continue ; N'oubliez pas les paroles ; Taratata ; On n'est pas couché ; Stupéfiant ; Prodiges ; Le Concert de Paris ; Le Concert du Nouvel an...	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	3 508 heures (hors sports et information)
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Information Sports (y compris magazines sportifs) Cinéma Fiction Documentaires Magazines Musique et spectacle Variétés, jeux et divertissements Divers	15 % 5 % 2 % 10 % 10 % 20 % 2 % 23 % 13 %
ACTIONNAIRE(S)	France Télévisions	100 %
ORGANIGRAMME	Présidente-directrice générale de France Télévisions Directrice exécutive de France 2 Directeur délégué de l'antenne de France 2 Directeur de la communication et du marketing de l'antenne	Delphine ERNOTTE-CUNCI Caroline GOT Cyril GIRAUBIT Stéphen HARLÉ
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Tous	TNT
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR france.tv - Orange, Free, SFR, Bouygues Telecom	INTERNET france.tv
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE france.tv	TABLETTE france.tv
RESEAUX SOCIAUX	Twitter, Facebook, Youtube, Google+, Periscope, Instagram (service de presse de France 2)	
DEVELOPPEMENTS 2017	<ul style="list-style-type: none"> • De grands événements accompagnés par d'importants dispositifs numériques ; • « La soirée continue », notamment celle consacrée au harcèlement sexuel au travail ; • Des documentaires de première partie de soirée comme <i>Planète animale</i>, <i>Jeunesses hitlériennes</i> ; • Enrichissement de la case <i>Infrarouge</i> avec un débat mensuel ; • Lancement de la nouvelle case documentaire 25 nuances de doc ; • Lancement de 19 h le dimanche et 20 h 30 le dimanche. 	
REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité	Marianne SIPROUDHIS Directrice générale 01 56 22 12 29

FRANCE 3

7, esplanade Henri de France
75 907 Paris cedex 15
Tél/Fax : 01 56 22 30 30
www.france3.fr



Société éditrice : France Télévisions
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 21/12/1972

Forme juridique : S.A. à capitaux publics

THEMATIQUE	Généraliste - Chaîne de la proximité	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	Plus Belle la vie ; Fictions de prime time (Meurtres à..., Collection Loi de..., Le Sang de la Vigne, Magellan, Mongeville, Capitaine Marleau, Un Village Français, La Stagiaire ...) ; Des racines et des ailes ; Thalassa ; Faut Pas Rêver ; Le Monde de Jamy ; Les Carnets de Julie ; Midi en France ; Météo à la carte ; Le Divan ; La Vie Secrète des Chansons ; Les Grands du Rire ; Cette Semaine-là ; 19/20 ; Grand Soir 3 ; 12/13 ; Pièces à Conviction ; Enquêtes de région ; Dans votre région...	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	3 100 heures au national (hors sports et information)
PROGRAMMATION	Volume de diffusion	32 760 heures (national et régional)
Part des différents genres dans le Programme national	Information	8 %
	Sports	4 %
	Cinéma	3 %
	Fiction	15 %
	Jeunesse	14 %
	Documentaires	10 %
	Magazines	8 %
	Musique et spectacle	5 %
	Variétés, jeux et divertissements	13 %
	Divers (dont décrochages régionaux)	20 %
ACTIONNAIRE(S)	France Télévisions	100 %
ORGANIGRAMME	Présidente-directrice générale de France Télévisions Directrice exécutive de France 3 Directeur délégué de France 3 en charge du réseau régional Directrice de la communication	Delphine ERNOTTE CUNCI Dana HASTIER Yannick LETRANCHANT Laurent SAUVAGE
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles.	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Tous	TNT
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR France.tv - Free, SFR, Orange, Bouygues Telecom	INTERNET https://www.france.tv/
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE France.tv - france3.fr	TABLETTE France.tv - france3.fr
RESEAUX SOCIAUX	Twitter - Facebook - Google +	
DEVELOPPEMENTS 2017	<ul style="list-style-type: none"> • Renforcement des programmes régionaux : <i>9h50 le matin</i>, <i>Edition des régions</i>, <i>On a la solution</i>, <i>Les Nouveaux Nomades</i>, <i>In Situ</i> - Matinées 100 % Régionales à la rentrée 2017 ; • Renforcement des week-end : <i>Cette semaine-là</i>, <i>Grands du rire</i>, <i>Samedi & Dimanche</i>, <i>Comme une Envie de Jardin</i>, <i>8 Chances de tout gagner</i>, <i>Trouvez l'intrus</i> ; • Réaménagement des soirées autour de thématiques qui s'appuient sur les marques et genres emblématiques de France 3. 	
REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité	Marianne SIPROUDHIS Directrice générale 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 : oui
Création de la chaîne : 31/03/2005

Forme juridique : S.A. à capitaux publics

THEMATIQUE	Généraliste - Chaîne familiale	
PUBLIC VISE	Jeunes et familles	
PROGRAMMES PHARES	Une saison au Zoo ; Défis Cobayes ; Yetili ; Minikeums ; Un jour, une question ; Montreux comedy festival ; Ludo ; Les Zouzous, etc.	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	278 heures (hors sports et information)
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Sports Cinéma Fiction Jeunesse Magazines Documentaires Musique et spectacle Variétés, jeux et divertissements Divers	2 % 5 % 15 % 45 % 2 % 15 % 5 % 3 % 7 %
ACTIONNAIRE(S)	France Télévisions	100 %
ORGANIGRAMME	Présidente-directrice générale de France Télévisions Directrice exécutive de France 4 Directrice de la communication externe	Delphine ERNOTTE-CUNCI Thiphaine DE RAGUENEL Valérie DISSAUX
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles.	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Tous	TNT
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUR Pluzz - Free, SFR, Orange, Bouygues Telecom	INTERNET Pluzz - http://pluzz.francetv.fr/
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Pluzz - france4.fr	TABLETTE Pluzz - france4.fr
RESEAUX SOCIAUX	TWITTER FACEBOOK GOOGLE +	
DEVELOPPEMENT 2017	Chaîne familiale	
REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité	Marianne SIPROUDHIS Directrice générale 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 : oui

Création de la chaîne : 13/12/1994

Forme juridique : S.A. à capitaux publics

THEMATIQUE	Thématique - Chaîne de la connaissance et du savoir	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	C dans L'air ; Le magazine de la santé ; La quotidienne ; La maison des maternelles ; Entrée libre ; Echappées belles ; La grande librairie ; C à vous et C l'hebdo ; C politique ; Le monde en face ; Science Grand Format	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	2 260 heures
PROGRAMMATION	Part des différents genres de programmes (volume horaire)	
	Fiction et longs métrages	2 %
	Jeunesse	10 %
	Documentaires	46 %
	Magazines	35 %
	Divers	7 %
ACTIONNAIRE(S)	France Télévisions	100 %
ORGANIGRAMME	Présidente-directrice générale de France Télévisions Directrice exécutive Directrice de la communication	Delphine ERNOTTE-CUNCI Nathalie DARRIGRAND Frédérique LEMAIRE-BENMAYOR
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles.	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Tous	TNT
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR france.tv, Free, SFR, Orange, Bouygues Telecom	INTERNET france.tv
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE france.tv	TABLETTE france.tv
RESEAUX SOCIAUX	TWITTER FACEBOOK GOOGLE+	
DEVELOPPEMENTS 2017	<ul style="list-style-type: none">• <i>Maison France 5</i> passe au format de 90 mn chaque vendredi soir ;• Plateau de <i>Science Grand Format</i> présenté par Mathieu Vidard.	
REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité	Marianne SIPROUDHIS Directrice générale 01 56 22 12 29

FRANCE 24 *

80, 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 : 466

THEMATIQUE	Information		
PUBLIC VISE	Publics francophone, anglophone et arabophone		
PROGRAMMES PHARES	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 ; Focus ; Le Journal de l’Afrique ; L’entretien ; etc.		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2016	13 831 heures (pour les trois antennes)	
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	52 %	
Part des différents genres de programmes	Information	100 %	
ACTIONNAIRE(S)	France Médias Monde	100 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	2 %	
	Autres ressources	98 %	
ORGANIGRAMME	Présidente directrice générale	Marie-Christine SARAGOSSE	
	Directeur général en charge du pôle ressources	Victor ROCARIES	
	Directeur d’antenne	Marc SAIKALI	
	Directrice de la communication	Françoise HOLLMAN	
	Production	Bruno TEZENAS DU MONTCEL	
	Directrice juridique	Nathalie MOULIN	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
TNT Ile-de France			
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	325 millions de foyers	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE FRANCE 24	TABLETTE FRANCE 24	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVEUSEUR Freebox Replay, Orange	INTERNET www.france24.com	
RESEAUX SOCIAUX	Facebook – Twitter – Instagram - Google +		
REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité	Marianne SIPROUDHIS Directrice générale 01 56 22 12 29	

* Fiche 2017 non actualisée par la chaîne.

FRANCEINFO:

7, esplanade Henri de France
75 907 Paris cedex 15
Tél : 01 56 22 42 42
www.france2.fr



Société éditrice : France Télévisions
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/09/2016

Forme juridique : S.A. à capitaux publics

THEMATIQUE	Chaîne d'Information	
PUBLIC VISE	Tous publics	
PROGRAMMES PHARES	Les Journaux Télévisés ; Les Informés ; 8h30 Toussaint/Aphatie ; Le Classico ; Tout est politique ; L'instant reportage ; Soyons Claire ; La faute à l'Europe ; Culture Box, le magazine ; Questions Politiques ; Retour vers l'info ; Dataculte ; Flashback ; Vu d'ici, vues d'ailleurs de TV5 Monde ; Le Journal du Monde de France24 ; Outre-Mer Express ; les modules fabriqués par la rédaction de Franceinfo, les modules de France 3 Toutes Régions, les modules de la Rédaction Numérique FTVI et FTV Education...	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	6 570 heures (18h/jour)
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Information	100 %
ACTIONNAIRE(S)	France Télévisions	100 %
ORGANIGRAMME	Présidente-directrice générale de France Télévisions Directeur général délégué en charge de l'information Directeur délégué de franceinfo pour France Télévisions Directeur de franceinfo édition TV Adjoint au directeur délégué de franceinfo en charge de la coordination de l'antenne	Delphine ERNOTTE-CUNCI Yannick LETRANCHANT Germain DAGOGNET Stéphane DUBUN Jean CHRETIEN
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles.	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Tous	TNT
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR N/A	INTERNET www.franceinfo.fr
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE franceinfo	TABLETTE franceinfo
RESEAUX SOCIAUX	TWITTER FACEBOOK YOUTUBE INSTAGRAM SNAPCHAT	
DEVELOPPEMENTS 2017	<ul style="list-style-type: none">• Création d'une tranche live supplémentaire de 11 h à 13 h ;• Lancement de l'émission <i>L'instant module</i> (à 12 h 45 et 18 h 38) ;• Nouvelles émissions : <i>Soyons Claire</i>, <i>La faute à l'Europe</i>, <i>L'instant reportage</i>.	

FRANCE Ô

35-37, rue Danton
 92 248 Malakoff
 Tél/Fax : 01 55 22 71 00 / 73 26
 www.franceo.fr



Société éditrice : France Télévisions
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 14/07/2010

Forme juridique : S.A. à capitaux publics

THEMATIQUE	Généraliste - Chaîne des Outre-Mer	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	Cut ; Passion Outremer ; Investigations ; Histoire d'Outre-mer ; Page 19 ; Flash Talk ; Archipels ; Riding Zone ; Case Arts et Cultures ; Radio Vinyle ; LTOM (les témoins d'Outre-mer) ; Voyages et Délices by Kelly, etc.	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	398 heures (hors sports et information)
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes en 2016	Information Sports Cinéma Fiction Jeunesse Documentaires Magazines Musique et spectacle Variétés, jeux et divertissements	17 % 6 % 2 % 40 % 2 % 19 % 5 % 4 % 1 %
ACTIONNAIRE(S)	France Télévisions	100 %
ORGANIGRAMME	Présidente-directrice générale de France Télévisions Directeur exécutif de France Ô Directrice de la communication externe France Ô et Outre-Mer	Delphine ERNOTTE-CUNCI Wallès KOTRA Mariannick BABE
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles.	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Tous	TNT
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR Pluzz - Free, SFR, Orange, Bouygues Telecom, Canalplay, Numericable	INTERNET Pluzz - http://pluzz.francetv.fr/ , Youtube, Dailymotion, Facebook
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Pluzz - franceo.fr	TABLETTE Pluzz - franceo.fr
RESEAUX SOCIAUX	TWITTER FACEBOOK YOUTUBE INSTAGRAM SNAPCHAT	
DEVELOPPEMENTS 2017	<ul style="list-style-type: none"> ● CUT saison 6 ; ● Un jour en fête ; ● Bal à Juan, Paris Créole. 	
REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité	Marianne SIPROUDHIS Directrice générale 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	Séries - Mangas - Gaming - Actu		
PUBLIC VISE	15-34 ans, 25-49 ans, CSP+		
PROGRAMMES PHARES	Naruto Shippuden ; One Piece ; Dragon Ball Z ; Kai ; Kuroko's Basket ; #Team G1 ; Funky Web		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	> 200 heures / an	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Programmes inédits Fiction Cinéma Documentaires et magazines Animation Spectacle vivant	> 300 heures / an 10 % 5 % 55 % 29 % 1 %	
ACTIONNAIRE(S)	Viacom	100 %	
ORGANIGRAMME	Président Directeur Général Directeur des programmes Responsable de la programmation Directeur communication/marketing/promotion Directeur digital Directrice de la production Directrice juridique Directrice des études	Thierry CAMMAS Jean-Marc DUPIRE Gauthier LOY Nicolas BESNIER Nicolas DOMONT Karine SEVRAIN Céline FERTE Muriel FERRERO	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal, AB SAT	OUI	NON
Câble	Numericable, Regiocom, Vialis	OUI	NON
ADSL	Canal, Bouygues, Free, SFR Orange, etc...	En fonction de l'opérateur	En fonction de l'opérateur
Mobile / 3G	Orange, SFR, Bouygues	OUI	NON
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 Maroc Afrique Sub-saharienne	Coditel, Be TV Netplus, Cablecom, Canal Maroc Telecom Monaco Telecom, Orange, Canal, VITIS MY HD MEDIA, AB SAT Maroc Telecom, MY HD MEDIA, AB SAT Canal+ International	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Appli Game One, Canal, Numericable, Bouygues, SFR, Orange, Free	TABLETTE Appli Game One, Canal, Numericable, Bouygues, SFR, Orange, Free	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Canal, Numericable, Bouygues, SFR, Orange, Free	INTERNET Canal, Numericable, Bouygues, SFR, Orange, Free	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TWITTER INSTAGRAM	GameOne @gameone http://instagram.com/game_one	
REGIE PUBLICITAIRE	Viacom International Media Networks Advertising & Brand Solutions	Philippe LARRIBAU – Directeur Philippe.larribau@vimn.com	

GIRONDINS TV

Rue Joliot Curie
33 187 Le Haillan
Tél/Fax : 05 56 16 74 05/ 07
www.girondinstv.fr

Société éditrice : Girondins de Bordeaux
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/08/2008
Lancement de la chaîne : 01/08/2008

Forme juridique : S.A.S.U.
Capital : 37 000 €
Effectif : 5

THEMATIQUE	Sport (football)		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMES PHARES	Matches Ligue 1, D1 Féminines, National 3, Talkshow		
PRODUCTION	15 programmes		8 h 10
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Sport		100 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Directeur d'antenne Communication et marketing		Stéphane MARTIN Alain DEVESELEER Emmanuel BISSIRIER Anne-Laure ETCHARRY
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat, Orange	NON	OUI - Pack Sport
Câble	Numericable	NON	OUI - Pass Sport
ADSL	CanalSat DSL, Orange, Bouygues, SFR	NON	OUI - Option Sport
Mobile / 3G	Orange Mobile	NON	OUI - Girondins TV Max
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	NON		
DIFFUSION HORS DE FRANCE	NON		
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR En projet		INTERNET www.girondinstv.com
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE ORANGE TV		TABLETTE ORANGE TV
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK FCGB GIRONDINS DE BORDEAUX		TWITTER NON
REGIE PUBLICITAIRE	M6 Publicité		Gilles BARTHÉLÉMY gbarthelemy@m6.fr 01 41 92 66 66

GOLF+

1, place du Spectacle
 92 823 Issy-les-Moulineaux cedex 9
 Tél: 01 71 35 35 35
 www.canalplus.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	Directeur Général du Groupe CANAL+		Maxime SAADA
	Directeur Général des antennes du Groupe CANAL+		Gérald-Brice VIRET
	Directeur des chaînes thématiques du Groupe CANAL+		Jean-Marc JURAMIE
	Directeur des sports du Groupe CANAL+		Thierry CHELEMAN
	Directeur adjoint des sports		Didier LAHAYE
	Directrice du marketing		Mathilde VILLETTE
	Directrice de la communication Groupe CANAL+		Laurence GALLOT
	Responsable de la communication sports		Séverine RAY
	Attachés de presse		Wilfried PREVOST et Valentine VILAREM
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	NON	OUI
ADSL	Canal	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DROM/POM/COM/TOM	Caraïbes Réunion		Canal Canal
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Suisse		Canal, UPC Cablecom, Swisscom, Net+
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR OUI	INTERNET My Canal	
DIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE iOS, Windows8 et Android via Mycanal TV connectées Samsung	TABLETTE iOS, Windows8 et Android via Mycanal	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK https://www.facebook.com/golfcanalplus		
REGIE PUBLICITAIRE	Canal+ Régie		Francine MAYER Francine.mayer@canal-plus.com 01 71 35 55 10



28, rue François I^{er}
75 008 Paris
Tél/Fax : 01 56 36 55 55 /59
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	Jeunesse/famille	
PUBLIC VISE	Tous les enfants de 4 à 14 ans et leurs parents	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	111 h 38
PROGRAMMES PHARES	Safari Go ! ; Zig et Sharko ; Comme un animal ; Aaaaahhh !!!! ; Le jeu qui vous met la tête à l'envers ! ; Objectif Blake ; Totally Spies ; Les Super Nanas ; Yo Kai Watch ; Bienvenue chez les Loud...	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Fiction Animation Jeux et divertissements	22 % 71 % 7 %
ACTIONNAIRE(S)	Lagardère Active	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité Autres ressources	80 % 20 %
ORGANIGRAMME	Présidente Directeur délégué adjoint du Pôle TV Directeur commercial et développement du Pôle TV Directrice de l'antenne et des programmes Directrice de la communication Directrice de la production Directeur juridique Directrice des affaires réglementaires et des relations institutionnelles	Caroline COCHAUX Julien FIGUE Jean-René AUCOUTURIER Caroline MESTIK Samira CHAHBOUNE Magali TORRICE-VINCON François-Xavier FARRASSE Cécile DURAND-GIRARD
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 RATRAPAGE	TELEVEUR IPTV sur Free, SFR, Orange, Bouygues, Vini (Tahiti), Monaco Telecom (Monaco), CabSat sur CanalSat et Numericable, OTT sur Tevolution, Molotov, Videofutur TV connectée via HBBTV	INTERNET www.replay.gulli.fr mycanal.fr
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TWITTER GOOGLE +, YOUTUBE INSTAGRAM	GulliTV @Gulli Gulli @gulliofficiel
REGIE PUBLICITAIRE	Lagardère Publicité	Marie RENOIR-COUTEAU 01 41 34 97 10

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	Historiquement Show ; Histoire est une fable ; Notes d'histoire...		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2016	50 heures de documentaires et de magazines	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Part de programmes inédits Cinéma Documentaires / Magazines	25 % 3 % 75 % / 7 %	
ACTIONNAIRE(S)	TF1	100 %	
ORGANIGRAMME	Présidente Directeur général Directeur délégué Antenne Acquisitions	Elisabeth DURAND Patrick BUISSON Christophe SOMMET Vincent LE GOFF Elisabeth HAGSTEDT	
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	NON
Bouygues		OUI - Bbox Sensation	OUI - Grand Angle (<i>Bbox</i>)
SFR		NON	OUI - Bouquet Découverte
Orange		NON	OUI - Bouquet Famille ou Famille by Canal
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, Parabole Réunion, Can'l	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Monaco Belgique, Suisse, Luxembourg Afrique Liban	Monaco Telecom Numericable, Proximus TV, Telenet, Telesat, Be TV, Voo, Teleclub, Netbox, UPC Cablecom, variotv Maroc Telecom, Blueline, Zap TV Globalcom	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Via les portails des opérateurs	INTERNET TV d'Orange, SFR TV, MyCanal, Molotov.tv, B.tv	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE TV Orange, MyCanal, B.tv, SFR TV, Molotov	TABLETTE TV Orange, MyCanal, B.tv, SFR TV, Molotov	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TWITTER	facebook.com/Histoire-site-officiel @histoiretv	
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 Publicité	Olivier CARIOU (01 41 41 25 33) ocariou@tf1.fr	

INFOSPORT+

1, place du Spectacle
92 863 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél : 01 71 35 35 35
www.canalplus.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	Directeur Général du Groupe CANAL+ Directeur Général des antennes du Groupe CANAL+ Directeur des chaînes thématiques du Groupe CANAL+ Directeur des sports du Groupe CANAL+ Directeurs des acquisitions Sports Directeur adjoint des sports Directeur des antennes sports Directeur adjoint des rédactions sports délégué à Infosport+ Directeur de la production Directrice du marketing Directrice de la communication Groupe CANAL+ Responsable de la communication sports Attachés de presse	Maxime SAADA Gérald-Brice VIRET Jean-Marc JURAMIE Thierry CHELEMAN Pierre LELONG Didier LAHAYE Yves KUPFERMINC Grégory NOWAK François-Charles BIDEAUX Mathilde VILLETTE Laurence GALLOT Séverine RAY Wilfried PREVOST et Valentine VILAREM	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	OUI	NON
Câble	Vialis	OUI	NON
ADSL	Canal	OUI	NON
Mobile / 3G	Canal Mobile via My Canal	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DROM/POM/COM/TOM	Caraïbes Réunion, Mayotte Nouvelle-Calédonie Polynésie	Canal Canal, Parabole Réunion Canal Vini	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Monaco Afrique	Voo BeTV, SFR Belgique Canal, UPC Cablecom, Swisscom, Net+ Monaco Telecom Canal Afrique, Parabole Maurice & Madagascar	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR NON	INTERNET NON	
DIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE iOS, Windows8 et Android via Mycanal TV connectées Samsung	TABLETTE iOS, Windows8 et Android via Mycanal	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK https://www.facebook.com/infosportplus	TWITTER @infosportplus	
REGIE PUBLICITAIRE	Canal+ Régie	Francine MAYER Francine.mayer@canal-plus.com 01 71 35 55 10	

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.
Capital : 97 067 €
Effectif : > 100

THEMATIQUE	Pop Culture Manga à J+1		
PUBLIC VISE	15-34 ans, 25-49 ans, CSP+		
PROGRAMMES PHARES	Fairy Tail ; Boruto ; Naruto ; Next Generations ; One Piece ; My Hero Academia ; Nyûsu Show ; Japon Investigation ; Asie Insolite...		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	>160 heures / an	
PROGRAMMATION	Programmes inédits	> 400 heures / an	
Part des différents genres de programmes	Cinéma	5 %	
	Documentaires et magazines	30 %	
	Animation	55 %	
	Jeux et divertissements	4 %	
	Fiction	5 %	
	Spectacle vivant	1 %	
ACTIONNAIRE(S)	Viacom	100 %	
ORGANIGRAMME	Président Directeur Général Directeur des programmes Responsable programmes et antennes Directeur promotion/communication/marketing Directeur digital Directrice de la production Directrice juridique Directrice des études	Thierry CAMMAS Jean-Marc DUPIRE Aurore DAVOINE GRAZIANI Nicolas BESNIER Nicolas DOMONT Karine SEVRAIN Céline FERTE Muriel FERRERO	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	OUI	NON
Câble	Numericable, SIVU, VIALIS	OUI	NON
ADSL	Canal	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+ International	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Canal, Numericable, Appli J-One	TABLETTE Canal, Numericable, Appli J-One	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Canal, Numericable	INTERNET Canal, Numericable	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TWITTER INSTAGRAM	jonefr @j_onefr http://instagram.com/j_onefr	
REGIE PUBLICITAIRE	Viacom International Media Networks Advertising & Brand Solutions	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 : 60

THEMATIQUE	Confessionnelle		
PUBLIC VISE	Tout public, chercheurs de sens, catholiques		
PROGRAMMES PHARES	Directs : voyages du pape, canonisations, messes à Rome et à Notre Dame de Paris, concerts... Magazines : 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, VIP, la cuisine des monastères, etc		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	1 318 heures (45 documentaires coproduits)	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Part de programmes inédits	20 %	
	Documentaires - Magazines	20 % - 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	
	Directeur général adjoint	Grégoire de VAISSIERE	
	Directeur de la rédaction	Etienne LORAILLIERE	
	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	AB 7	
	Europe	AB 3	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Application	TABLETTE Application	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR SMART TV sur SAMSUNG	INTERNET www.ktotv.com	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TWITTER YOUTUBE DAILYMOTION	KTO télévision catholique @ktotv ktotv la chaîne kto, télévision catholique	
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 1^{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	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 ; BOJ...		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	3 heures	
PROGRAMMATION	Part des différents genres de programmes	Fiction Animation	80 % 20 %
ACTIONNAIRE(S)	Lagardère Active TV Lagardère Active Broadcast	59,51 % 40,49 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité Abonnements	10 % 90 %	
ORGANIGRAMME	Président Directrice déléguée du Pôle TV Directeur délégué adjoint du Pôle TV Directeur commercial et développement du Pôle TV Directrice d'antenne Directrice des programmes Directrice de la communication Directrice de la production Directeur juridique Directrice des affaires réglementaires et des relations institutionnelles Achats	Richard LENORMAND Caroline COCHAUX Julien FIGUE Jean-René AUCOUTURIER Caroline MESTIK Caroline ADELUS Samira CHAHBOUNE Magali TORRICE-VINCON François-Xavier FARASSE Cécile DURAND-GIRARD 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 RATRAPAGE	TELEVISEUR mycanal	INTERNET Mycanal.fr	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK YOUTUBE TWITTER	Canal J Canal J @canalj	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE mycanal	TABLETTE mycanal	
REGIE PUBLICITAIRE	Lagardère Publicité	Marie RENOIR-COUTEAU Marie.renoircouteau@lagardere-pub.com 01 41 34 97 10	

LA CHAÎNE L'ÉQUIPE

4, cours de l'île Seguin
92 102 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	De nombreux événements sportifs (sports collectifs, sports mécaniques, sports de combat...), L'Équipe d'Estelle, L'Équipe du soir, La grande soirée, L'Équipe Vintage, L'Équipe enquête, etc	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Sport (retransmissions d'événements en direct, émissions de débat, documentaires, magazines...)	100 %
ACTIONNAIRES	S.A.S. L'ÉQUIPE	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité Autres ressources	95 % 5 %
ORGANIGRAMME	Direction du pôle TV Directrice adjointe du pôle TV Direction des acquisitions Direction technique Direction de la programmation Responsable de l'antenne	Arnaud DE COURCELLES Laure BEZAULT Nicolas MANISSIER Patrick VAUTIER Nicolas STERIN Olivier FERRAND
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL 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 lequipe sur AppStore et Android Market	TABLETTE lequipe sur AppStore et Android Market
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Free, SFR, Orange, Bouygues, Numericable	INTERNET www.lequipe.fr
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK la chaîne L'Équipe	TWITTER @lachainelequipe
REGIE PUBLICITAIRE	AMAURY MEDIA	Damien D'ARNAUDY Directeur TV

LA CHAÎNE MÉTÉO

Domaine de Marsinval
78 540 Vernouillet
Tél/Fax : 01 39 28 19 90 / 71 85 31
www.lachainemeteo.com

Société éditrice : METEO CONSULT
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 21/01/1995
Lancement de la chaîne : 21/06/1995

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 220 290 €
Effectif : 47

THEMATIQUE	Information		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Part de programmes inédits	100 %	
	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 NON	INTERNET NON	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK La Chaîne Météo	TWITTER La Chaîne Météo	
REGIE PUBLICITAIRE	REMICS & Cie	Remi 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 : 210

THEMATIQUE	Information	
PUBLIC VISE	Tout public	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	4 500 heures
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Part de programmes inédits	55 %
	Information	100 %
PROGRAMMES PHARES	La matinale ; La Médiasphère ; La République LCI ; 24h Pujadas l'info en questions ; Le débat ; Politiquement Show ; Vis leurs vies ; Le Live politique ; L'œil de Bridoulot ; Tout un monde ; Le Club de l'économie ; Au cœur des régions ; Le Grand Jury LCI-RTL-Le Figaro, etc.	
ACTIONNAIRE(S)	TF1 S.A.	100%
ORGANIGRAMME	Directeur général Directeur de la rédaction Responsable communication Responsable des ressources humaines	Thierry THULLIER Eric MONIER Virginie DUVAL Thomas BERNAT
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, Réunion, Mayotte, Nouvelle-Calédonie, Tahiti	Canal Overseas, Orange Caraïbes, SFR Caraïbes, SFR Réunion, Parabole Réunion, ZEOP, Telenet, InternetNC, Can'I, Vini
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Afrique	Canal+ Afrique, Startimes, Malivision, Maroc Telecom, Blueline
	Suisse	Swisscom, UPC Cablecom, Naxoo, Netbox, Netplus
	Belgique	Proximus TV, Be TV, Voo, SFR Belgique, Numericable Belgique, Telenet, Telesat M7
	Luxembourg	Nombreux câblo-opérateurs
	Monaco Liban	Monaco Telecom Globalcom
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR 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, Molotov	TABLETTE TV d'Orange, MyCanal, B.tv, SFR TV, Molotov
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TWITTER YOUTUBE	facebook.com/LCI @LCI LCI
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 Publicité	Stéphane DEVERGIES sdevergies@tf1.fr 01 41 41 12 34

LCP - AN

106, rue de l'Université
75 007 Paris
Tél/Fax : 01 40 63 90 50 / 60 99 24
www.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	Politique matin ; Ça vous regarde ; Questions d'Info ; Questions d'actualité ; Entre les lignes ; Grand écran ; Droit de suite ; Flash Talk ; LCP Le Mag.	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	1 490 heures
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Retransmissions parlementaires et événements Information Magazines Documentaires et films	27 % 40 % 11 % 22 %
ACTIONNAIRE(S)	Assemblée Nationale	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Dotation de l'Assemblée Nationale	100 %
ORGANIGRAMME	Président Secrétaire général, directeur des programmes Directeur de l'antenne Directrice de la communication Directeur de la production et de la technique Directeur de la rédaction Rédacteur en chef - Média global	Bertrand DELAIS Eric MONIOT Manuel PINTO Virginie NICOLLE-BATAILLE Thierry MAZELLE Dominique FOSSÉ Philippe MATHON
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles	
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 TWITTER DAILYMOTION	LCP @LCP 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

Capital : 50 565 699 €

Lancement de la chaîne : 01/03/1987

Effectif : 2003 pour le groupe M6

THEMATIQUE	Généraliste	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	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...	
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
	Vice-Président du Directoire en charge de la radio et de l'information (hors magazines)	Christopher BALDELLI
	Membre du Directoire en charge de la finance et des métiers de support	Jérôme LEFEBURE
	Membre du Directoire en charge des activités commerciales et du développement	David LARRAMENDY
	Directeur général des programmes M6	Frédéric de VINCELLES
	Directeur des acquisitions	Bernard MAJANI
	Directrice juridique	Nathalie-Camille MARTIN
	Directeur des ressources humaines et de l'organisation	Christophe FOGLIO
	Directrice de la communication Groupe	Emilie PIETRINI
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 RATRAPAGE	TELEVISEUR 6play dans les offres Canal+, Orange, SFR-Numericable, Free, Bouygues Telecom	INTERNET 6play.fr
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK M6	TWITTER @M6
REGIE PUBLICITAIRE	M6 Publicité	Contact communication : François-Xavier WILLIAMSON francois-xavier.williamson@m6.fr 01 41 92 28 49

M6 BOUTIQUE

13, rue du Capricorne
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 : 213 (effectif total HSS)

THEMATIQUE	Téléachat		
PUBLIC VISE	Tout public		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	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 Sophie GRANGÉ 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 https://www.facebook.com/M6BoutiqueOfficiel/ YOUTUBE https://www.youtube.com/user/m6boutiqueandco	INSTAGRAM www.instagram.com/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 : 8

THEMATIQUE	Musicale		
PUBLIC VISE	15-34 ans		
PROGRAMMES PHARES	Backstage, Must Artiste		
PROGRAMMATION			
Part des différents genres de programmes	Vidéoclips	90 %	
	Magazines et concerts	10 %	
ACTIONNAIRE(S)	M6 Thématiques	100 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	NC		
ORGANIGRAMME			
	Président	Thomas VALENTIN	
	Directrice	Isabelle PRATLONG	
	Directrice adjointe - Directrice unité Musique	Delphine RAISIN	
	Programmateur musical M6 Music & W9	Laurent BITTON	
	Chargé d'antenne	Cyril DUFOUR	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Groupe Canal+	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	Orange, Free, Bouygues		
	Telecom	NON	OUI
	SFR	OUI	NON
	Groupe Canal+	OUI	NON
Mobile / 3G	Orange, SFR-Numericable, Bouygues		
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Tous		
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique		
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVEUR 6Play M6Music	INTERNET 6Play M6Music	
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	TWITTER @M6MusicOfficiel	
REGIE PUBLICITAIRE	M6 Publicité		

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 €

THEMATIQUE	Animation japonaise		
PUBLIC VISE	Jeunes adultes		
PROGRAMMES PHARES	Dragon Ball Z ; YU GI OH ; Capitaine Flam ; Assassination Classroom ; Code Geass ; J+1 ; Tales of Zestiria the X ; Goldorak ; L'Attaque des Titans ; Bleach ; Nicky Larson.		
PROGRAMMATION 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	Directrice générale GROUPE AB Dga en charge de l'édition des chaînes, de l'acquisition et la gestion des droits audiovisuels et de la production documentaire GROUPE AB Directeur digital et distribution des chaînes Directeur de la programmation et de l'antenne des chaînes divertissement Directrice marketing et communication GROUPE AB Responsable éditorial Attachée de presse	Orla NOONAN Richard MAROKO Vincent GRYNBAUM Jean CHENNETIER Cécile BRINO Pierre FAVIEZ Katia DEPARIS	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	NON	OUI - Famille
	BIS TV	NON	OUI - Panorama
	Orange	NON	OUI - Famille
ADSL	Free	NON	OUI - TV By Canal / Pack BIS Premium / Pack BIS Ultimatum / Pack BIS Panorama
	SFR	NON	OUI - Power / Power+ / Prémium OUI - Grand Angle OUI - Famille By Canal / Famille
	Bouygues	NON	
	Orange	NON	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVEUR OUI	INTERNET OUI	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK Mangas la chaîne	TWITTER @LaChaineMangas	
REGIE PUBLICITAIRE	RÉGIS, publicité et opérations spéciales	David BYWALSKI david.bywalski@groupe-ab.fr 01 49 17 24 19	

MCM

28, rue François I^{er}
75 008 Paris
Tél/Fax : 01 56 36 53 00 / 33
www.mcm.net



Société éditrice : Lagardère Thématiques
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/01/1989

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 34 880 409 €

THEMATIQUE	Musical/Divertissement		
PUBLIC VISE	Jeunes hommes 15-34 ans		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	10 heures	
PROGRAMMES PHARES	Futurama ; Family Guy ; The Late Late show de James Corden ; Le Burger du mois ; Joe & Nico, etc.		
PROGRAMMATION	Fiction	10 %	
Part des différents genres de programmes	Animation	30 %	
	Vidéoclip	30 %	
	Jeux et divertissements	30 %	
ACTIONNAIRE(S)	Lagardère Active TV	59,51 %	
	Lagardère Active Broadcast	40,49 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	10 %	
	Autres ressources	90 %	
ORGANIGRAMME	Président	Richard LENORMAND	
	Directrice déléguée du Pôle TV	Caroline COCHAUX	
	Directeur délégué adjoint du Pôle TV	Julien FIGUE	
	Directeur commercial et développement Pôle TV	Jean-René AUCOUTURIER	
	Directeur de la musique	Joey COUPE	
	Directrice des programmes	Patricia FONTENAS	
	Directrice de la communication	Samira CHAHBOUNE	
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, Free, SFR	NON	OUI
	Bouygues Telecom	OUI	NON
Mobile / 3G	Orange, Bouygues Telecom,	NON	OUI
	CanalSat Mobile		
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 RATRAPAGE	TELEVISEUR mycanal, Free, Orange, SFR	INTERNET Mycanal.fr	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Mycanal, SFR	TABLETTE mycanal	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TWITTER YOUTUBE, GOOGLE + INSTAGRAM	MCM (officiel) et @chaineMCM MCM MCM La chaîne mcm tv	
REGIE PUBLICITAIRE	Lagardère Publicité	Marie RENOIR-COUTEAU (01 41 34 97 10) Marie.renoircouteau@lagardere-pub.com	

MCM TOP

28, rue François I^{er}
75 008 Paris
Tél/Fax : 01 56 36 53 00 / 33
www.mcm.net



Société éditrice : Lagardère Thématiques
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/11/2003

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 34 880 409 €

THEMATIQUE	Musicale		
PUBLIC VISE	Grand public		
PROGRAMMES PHARES	Top star, #Streamhit, Top Gold		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Vidéo clips		100 %
ACTIONNAIRE(S)	Lagardère Active TV Lagardère Active Broadcast		59,51 % 40,49 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité Autres ressources		10 % 90 %
ORGANIGRAMME	Président Directrice déléguée du Pôle TV Directeur délégué adjoint du Pôle TV Directeur commercial et développement Pôle TV Directrice des programmes Directeur de la musique Directrice de la communication Directeur juridique Directrice des affaires réglementaires et des relations institutionnelles	Richard LENORMAND Caroline COCHAUX Julien FIGUE Jean-René AUCOUTURIER Patricia FONTENAS Joey COUPÉ Samira CHAHBOUNE François-Xavier FARASSE 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 RATTRAPAGE	TELEVEISEUR NON		INTERNET NON
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON		TABLETTE NON
REGIE PUBLICITAIRE	Lagardère Publicité		Marie RENOIR-COUTEAU 01 41 34 97 10

MELODY

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, clips et scopitones jamais revus, concerts, films et documentaires musicaux		
PROGRAMMATION	Musique	45 %	
Part des différents genres de programmes	Divertissements	22 %	
	Documentaires	5 %	
	Cinéma	5 %	
	Information	2 %	
	Spectacle vivant	10 %	
	Autre	11 %	
ACTIONNAIRE(S)	S.A.S. Harmony	100 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	4 %	
	Autres ressources	96 %	
ORGANIGRAMME	Président	Bruno LECLUSE	
	Directeur général	Jérôme DUTOIT	
	Directeur des programmes	Jean-Pierre PASQUALINI	
	Directeur commercial	Bertrand JOLIET	
	Responsable programmation musicale	Stanislas DUTILLIEUX	
	Chef d'antenne	Cédric MOUFLARD	
	Responsable de la production	Elena PETIAEVA	
	Responsable digital	Romain HARDEMAN	
	Communication presse	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	Belgique	Proximus, SFR, BE.TV,	
	Suisse	CanalSat, Net+, Citycable	
	Luxembourg	POST.LU	
	Monaco	Monaco Telecom	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Application MELODY	TABLETTE Application MELODY	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR CanalSat, Orange, Free	INTERNET www.melody.tv	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK Melody		
REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité	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 : 01/07/2001
Lancement de la chaîne : 06/12/2001

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	Musique	60 %
Part des différents genres de programmes	Divertissements	10 %
	Documentaires	10 %
	Spectacle vivant	10 %
	Autre	10 %

ACTIONNAIRE(S) S.A.S. Harmony 100 %

SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	4 %
	Autres ressources	96 %

ORGANIGRAMME	Président	Bruno LECLUSE
	Directeur général	Jérôme DUTOIT
	Programmatrice	Binetou SYLLA
	Directeur commercial	Bertrand JOLIVET
	Responsable programmation musicale	Stanislas DUTILLIEUX
	Chef d'antenne	Cédric MOUFLARD
	Conducteur d'antenne	Mathieu FOURMENT
	Responsable de la production	Elena PETIAEVA et Thomas DADOUN
	Post-production	Simon GUAQUIERE
	Responsable digital	Romain HARDEMAN
	Communication presse	Maud AUMIS et Camille DELABAERE

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
ADSL	Orange, SFR, Watch It	NON	OUI

SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUSEUR	INTERNET www.melody.tv
---	--------------------	----------------------------------

RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK Melody d'Afrique
------------------------	-------------------------------------

DEVELOPPEMENT Distribution en Afrique Francophone

REGIE PUBLICITAIRE	Bertrand JOLIVET jolivet@melody.tv 07 67 41 98 46
---------------------------	---

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 2017	200 heures	
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	70 %	
Part des différents genres de programmes	Documentaires et magazines	80 %	
	Sport - y compris information sportive	20 %	
PROGRAMMES PHARES	Style me up, Ride UP mag, Gastron'homme, Uptime		
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	TELEVISEUR NON	INTERNET tv.mensup.fr	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Men's Up	TABLETTE NON	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK https://www.facebook.com/mensup.france	TWITTER https://twitter.com/mensup_france	
DEVELOPPEMENT 2018	Men's Up prévoit son passage en HD en 2018.		
REGIE PUBLICITAIRE	HORIZON MEDIA	Olivier GIRBAS ogirbas@wui.fr	

**MEZZO
MEZZO LIVE HD**

28, rue François I^{er}
75 008 Paris
Tél/Fax : 01 56 36 51 00 / 09
www.mezzo.tv



Société éditrice : Mezzo S.A.
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/01/1996
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	30 directs par an		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	350 heures	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Part de programmes inédits Documentaires et magazines Spectacle vivant Autres	26 % 5 % 90 % 5 %	
ACTIONNAIRE(S)	Lagardère Active France Télévisions	60 % 40 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Abonnements Autres ressources	93 % 7 %	
ORGANIGRAMME	Président-Directeur général Directrice déléguée du Pôle TV Directeur Responsable des programmes Directrice artistique Responsable des programmes classiques Chargé des programmes jazz et musiques du monde Coordinateur antenne MEZZO	Richard LENORMAND Caroline COCHAUX Christophe WINCKEL Rose-Hélène DUCASSOU Anne CHOSSON Pablo GALONCE Hary RANDRIANARISOA Guillaume JOUAN	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	NON	OUI
	Orange	NON	OUI
Câble	Numericable	NON	OUI
ADSL	CanalSat 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	CanalSat, Numericable	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	58 pays		
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR IPTV via Orange mycanal	INTERNET Via le site d'Orange mycanal.fr	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Application d'Orange mycanal	TABLETTE Application d'Orange mycanal	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK Mezzo Classic-Jazz TV	TWITTER @MezzoTV	
REGIE PUBLICITAIRE	Régie publicitaire intégrée	Isabelle PASQUESOONE (01 56 36 51 18) isabelle.pasquesoone@mezzo.fr	

MOTORSPORT.TV

855, avenue Roger Salengro
92 370 Chaville
Tél/Fax : 01 41 15 19 19 / 20
www.motorstv.com et www.motorsport.tv



Société éditrice : Motorsport TV France SA
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 23/04/1999
Lancement de la chaîne : 01/09/2000

Forme juridique : S.A.
Capital : 1 999 563 €
Effectif : 20

THEMATIQUE	Sports mécaniques & actualités auto-moto	
PUBLIC VISE	Hommes actifs - Toutes tranches d'âge - CSP+	
PROGRAMMES PHARES	Championnat du Monde des Rallyes FIA, Championnat du Monde de Motocross FIM, Championnat du Monde d'Endurance FIA, FIM X-trial, Supercars Australia, NASCAR Xfinity et NASCAR Trucks, etc.	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	150 heures
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	50 %
Part des différents genres de programmes	Documentaires et magazines	10 %
	Sport – y compris information sportive	90 %
ACTIONNAIRE(S)	Motorsport Network LLC	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	10 %
	Abonnement	70 %
	Autres ressources	20 %
ORGANIGRAMME	CEO	Olivier DUFOUR
	Directeur des programmes	Gilbert ROY
	Directeur marketing et commercial	Matteo BISICCHIA
	Directeur financier	Hubert RIVET

RESEaux DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	NON	OUI (pack sport)
Câble/ADSL/Fibre	Numericable	NON	OUI - TV Premium
	Free	NON	A la carte
	SFR	NON	OUI (pack sport)
	Orange	NON	OUI (pack sport)
Mobile / 3G	Orange Mobile	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Nouvelle-Calédonie MTVC, WSG, OMT		CanalSat SFR
DIFFUSION HORS DE FRANCE	42 pays dont : Royaume-Uni (Sky, Virgin, Freesat), Espagne (Canal+), Russie (Akado), Israël (Sports Channel), Pays-Bas (Ziggo), Belgique (Telenet)		
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVEUR NON (discussions en cours)	INTERNET Via site et appli motorsport.tv	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Site et appli Motorsport.TV	TABLETTE Site et appli Motorsport.TV	
RESEaux SOCIAUX	FACEBOOK Motorsport.tvFRANCE	TWITTER @ MotorsportTV_FR	
REGIE PUBLICITAIRE	REMICS & Cie Opérations spéciales & bundles digital	Remi COLLARD (01 46 02 90 39) remi@remicsetcompagnie.com Matteo BISICCHIA (01 41 15 19 19 / 20) Matteo.BISICCHIA@motorsport.com	

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 international Media 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	Teen Wolf ; Awkward ; Catfish ; 16 Ans Et Enceinte ; 17 Ans Et Maman ; Ridiculous ; Geordie Shore ; Super Shore ; Mtv Ema ; Mtv Video Music Awards ; Mtv Movie Awards ; etc		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	>100 heures / an (hors production en France)	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Programmes inédits MTV Fiction – TV Réalité Spectacle vivant MTV HITS Spectacle vivant Vidéo clips	> 350 heures / an 95 % 5 % 30 % 70 %	
ACTIONNAIRE(S)	Viacom	100 %	
ORGANIGRAMME	Gérant Directeur Directeur des programmes et des antennes Directeur programmation musicale & conduite antenne Directeur communication/marketing/promotion Directeur digital Directrice de la production	Thierry CAMMAS Jean-Marc DUPIRE Mathias ABIKER Raphael DA SILVA Nicolas BESNIER Nicolas DOMONT Karine SEVRAIN	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	OUI	NON
Câble	Numericable, Regicom, Vialis...	OUI	NON
ADSL	Canal	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, MY MEDIA HD Canal+ International	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Canal, Numericable, Appli MTV	TABLETTE Canal, Numericable, Appli MTV	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Canal, Numericable	INTERNET Canal, Numericable	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TWITTER INSTAGRAM	mtv.france @MTVFR http://instagram.com/mtvfr	
REGIE PUBLICITAIRE	Viacom International Media Networks Advertising & Brand Solutions	Philippe LARRIBAU - Directeur Philippe.larribau@vimn.com	

MUSEUM

Tél/Fax : 06 16 67 36 60
www.Museumtv.fr



Société éditrice : SAS MEDIART
Convention CSA : 2017
Création de la chaîne : 2017
Lancement de la chaîne : avril 2017

Forme juridique : SAS
Capital : nc
Effectif : 9

THEMATIQUE	Art		
PUBLIC VISE	Public intéressé par les beaux-arts, l'art POP, la photo et l'architecture et design		
PROGRAMMES PHARES	Sketch book, Photo contest, Art News		
ORGANIGRAMME	Président-Directeur général	Bruno LECLUSE	
	Directeur général	Sébastien MEYSSAN	
	Chef d'antenne	Charles LAVILANIE	
	Responsable digital	Alicia FLIPO	
	Communication presse	Amélie DUCOS	
	Partenariats	Elise ARIEU	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal exclu	OUI	
Câble			
ADSL			
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Russie		
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK		
REGIE PUBLICITAIRE	Canal+ régie		

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	
PROGRAMMES PHARES	My Zen trendy ; My Zen Family ; My Zen People ; My Zen Roadtrip ; The Guest House...	
SOURCES DE FINANCEMENT	Autres ressources	100 %
ORGANIGRAMME	Président-Directeur général Directrice générale Directeur d'antenne	Bruno LECLUSE Nela PAVLOUSKOVA Jonathan SEDIVY

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CANAL	OUI	
Câble	Bouygues	NON	Grand Angle
ADSL	Numericable /SFR	NON	Art de vivre
	Vialis	NON	Optimale
	Free		OUI, MY Zen TV à la carte
Mobile/3G	Cellfish	OUI	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI		
DIFFUSION HORS DE FRANCE	OUI		
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE My Zen TV	TABLETTE My Zen TV	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK My Zen TV	TWITTER My Zen TV	
DEVELOPPEMENTS 2017	Nombreuses productions UHD		

NATIONAL GEOGRAPHIC CHANNEL

Calle Orense 34, 2ª Planta
Madrid 28020
www.nationalgeographic.fr



Société éditrice : Fox Networks Group Espana

Convention CSA : non

Création de la chaîne : 2001

Lancement de la chaîne : 01/01/2001

Forme juridique : S.L. (S.A.R.L.)

Capital : 61 000 €

THEMATIQUE	Documentaire		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMES PHARES	Mars ; Air Crash ; The Long Road Home ; Story of Us with Morgan Freeman ; One Strange Rock, etc.		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires	100 %	
ACTIONNAIRE(S)	Fox Networks Group (UK) Ltd.	100 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	11,39 %	
	Abonnement	88,50 %	
	Autres ressources	0,11 %	
ORGANIGRAMME	Directrice générale	Vera PEREIRA	
	Directrice des programmes	Paloma MARTIN	
	Juridique	Patricia LUQUERO	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	NON	OUI
Câble	SFR Numericable	NON	OUI
IPTV	Canal	NON	OUI
	Free	OUI	NON
	Orange	NON	OUI
	Bouygues Telecom	OUI	NON
	SFR	NON	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	DROM POM COM	Canal+ International, Parabole Réunion, Vini, C&W Seychelles, Mauritius Telecom	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Luxembourg Monaco 27 pays d'Afrique	Proximus, BeTV/VOO, Orange, Telenet Swisscom, Net Dream, etc. Monaco Telecom Tango Canal Afrique, Startimes, etc.	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUSEUR Services replay des distributeurs (Canal à la Demande, Freebox Replay...)	INTERNET Sites replay des distributeurs (ex : www.CanalSatalademande.fr...)	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE OUI	TABLETTE OUI	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK https://www.facebook.com/natgeochannelFR?fref=ts INSTAGRAM https://www.instagram.com/natgeochannel_france/	TWITTER https://twitter.com/NatGeoChannelFr YOUTUBE https://www.youtube.com/user/NatGeoTVFrance DAILYMOTION http://www.dailymotion.com/Nat-Geo-Channel-FR	
DEVELOPPEMENT 2017	Lancement du site internet www.nationalgeographic.fr		
REGIE PUBLICITAIRE	Next Régie	Pierre-Henry MEDAN phmedan@nextregie.fr 01 71 19 14 11	

NAT GEO WILD

Calle Orense 34, 2ª Planta
Madrid 28020
www.nationalgeographic.fr



Société éditrice : Fox Networks Group Espana
Convention CSA : non
Création de la chaîne : 2001
Lancement de la chaîne : 09/2008

Forme juridique : S.L. (S.A.R.L.)
Capital : 61 000 €

THEMATIQUE	Documentaire		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMES PHARES	SOS César ; Destination Wild ; Docteur Pol ; Un Monde Mortel ; Animal ER ; Le royaume Sauvage, etc.		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires		100 %
ACTIONNAIRE(S)	Fox Networks Group (UK) Ltd.		100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité		10 %
	Abonnement		90 %
ORGANIGRAMME	Directrice générale	Vera PEREIRA	
	Directrice des programmes	Paloma MARTIN	
	Juridique	Patricia LUQUERO	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	NON	OUI
Câble	SFR Numericable	NON	OUI
IPTV	Canal	NON	OUI
	Free	OUI	NON
	Orange	NON	OUI
	Bouygues Telecom	NON	OUI
	SFR	NON	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	DROM POM COM	Canal+ International, Parabole Réunion, Vini, C&W Seychelles, Mauritius Telecom	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Luxembourg Monaco 27 pays d'Afrique	Proximus, BeTV/VOO, Orange, Telenet Swisscom, Net Dream, etc. Monaco Telecom Tango Canal Afrique, 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.CanalSatalademande.fr...)	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE OUI	TABLETTE OUI	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK Nat Geo Wild France INSTAGRAM https://twitter.com/NatGeoWildFr	TWITTER https://twitter.com/NatGeoWildFr YOUTUBE https://www.youtube.com/user/NatGeoTvWild DAILYMOTION http://www.dailymotion.com/Nat-Geo-Wild-FR	
DEVELOPPEMENT 2017	Lancement du nouveau site internet www.nationalgeographic.fr		
REGIE PUBLICITAIRE	Next Régie	Pierre-Henry MEDAN phmedan@nextregie.fr 01 71 19 14 11	

NICKELODEON
MON NICKELODEON JUNIOR
NICKELODEON JUNIOR
NICKELODEON TEEN

22, rue Jacques Dulud
 92 521 Neuilly-sur-Seine cedex
 Tél : 01 70 94 94 94
 www.nickelodeon.fr

Société éditrice : Viacom International Media Networks France
Convention CSA : non
Création de la chaîne : 1979
Lancement de la chaîne : Nickelodeon : 2005
 Nickelodeon Junior : 2010, Mon Nickelodeon Junior : 2012, Nickelodeon4Teen : 2014
Forme juridique : S.A.R.L.
Capital : 8 000 €
Effectif : >100

THEMATIQUE	Jeunesse		
PUBLIC VISE	Mon Nickelodeon Junior : 2-5ans, CSP+ / 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: Paw Patrol : La Pat' Patrouille, Blaze et les Monster Machines, Shimmer & Shine, Dora l'exploratrice, Alvinnn !!! et les Chipmunks Nickelodeon : Bob l'éponge, Bienvenue chez les Loud, Les Thunderman, Les Tortues Ninja, Henry Danger, Les Lapins Crétins : Invasion Nickelodeon Teen : Les Mystères d'Hunter Street, L'Apprentie Maman, Sam & Cat, Victorious, iCarly, Les Kids Choice Awards, Lip Sync Battle Kids : le meilleur playback</p>		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	> 50 heures par an et par chaîne	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Programmes inédits Fiction Animation	> 500 heures / chaîne en moyenne 30 % 70 %	
ACTIONNAIRE(S)	Viacom	100 %	
ORGANIGRAMME	Gérant Directeur des programmes Responsable programmation Directeur promotion/communication/marketing Directeur digital Directrice de la production Directrice juridique Directrice des études	Thierry CAMMAS Pierre HERGAUT Teddy RANSAY Nicolas BESNIER Nicolas DOMONT Karine SEVRAIN Céline FERTE Muriel FERRERO	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	OUI	NON
Câble	Numericable, Regicom, etc.	OUI	NON
ADSL	Canal	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, MY HD MEDIA Canal+ International Monaco Telecom, Canal	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR	MOBILE Canal, Numericable, Applis Nickelodeon Junior, Nickelodeon, Nickelodeon Teen	TABLETTE Canal, Numericable, Applis Nickelodeon Junior, Nickelodeon, Nickelodeon Teen	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUR Canal, Numericable	INTERNET Canal, Numericable	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TWITTER	nickelodeonfrance / nickelodeonjunior @NickelodeonFR / @nickelodeonjrfr	
REGIE PUBLICITAIRE	Viacom International Media Networks Advertising & Brand Solutions	Philippe LARRIBAU – Directeur Philippe.larribau@vimn.com	

NON STOP PEOPLE

25, rue Chateaubriand
75 008 Paris
Tél/Fax : 01 80 48 67 41
www.non-stop-people.com



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	Good Morning People ; Le Grand Show ; Morandini Live...		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	1 500 heures	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Part de programmes inédits Information Magazine / Talk-Show	100 % 90 % 10 %	
ACTIONNAIRE(S)	BANIJAY France Mediatic System	50 % 50 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité Abonnements	5 % 95 %	
ORGANIGRAMME	Président Marketing / Développement Production Publicité	Hugues DANGY Isabelle MELLINGER Nicolas CAMBOURNAC Bruce SANDFORD	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	OUI	NON
ADSL	Free	OUI	NON
ADSL	Orange	NON	OUI
ADSL	Bouygues	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Guadeloupe, Martinique	CanalSat Caraïbes	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Réunion MY-HD Maroc Telecom Right & Rights Espagne (signal espagnol)	ZEOP Maroc, Algérie, Tunisie Maroc Liban Movistar TV - Telefonica	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR Canal à la demande	INTERNET Canal à la demande	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK Non Stop People	TWITTER @NonStopPeople	
DEVELOPPEMENT 2017	Nouvelles zones de distribution VF.		
REGIE PUBLICITAIRE ANTENNE	CANAL	Véronique THOMAS Veronique.thomas@canal-plus.com 01 71 35 55 54	
REGIE PUBLICITAIRE WEB	CANAL	Véronique THOMAS Veronique.thomas@canal-plus.com	

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	Crimes ; Tellement vrai ; Le Mad Mag ; Les Anges ; The Big Bang Theory ; The Middle...	
ACTIONNAIRE(S)	NRJ GROUP	100 %
ORGANIGRAMME	Gérant Directeur général des programmes et des antennes Responsable des flux et divertissements Directrice de la programmation Directrice de la communication Directrice des relations presse Directeur des productions	Guillaume PERRIER Stéphane JOFFRE-ROMEAS Michael VEY Céline CHANAT Candice de SAINT-PERN Delphine BOURDET 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 TNSat et de Fransat	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR NRJ 12 Replay disponible sur Free, SFR, Orange, Bouygues Telecom, Numericable et téléviseurs connectés HbbTV MOBILE NRJ 12 Replay disponible sur Windows 8, Blackberry	INTERNET http://www.nrj-play.fr/nrj12 TABLETTE NRJ 12 Replay disponible sur iOS, Android, Windows 8
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TWITTER INSTAGRAM	NRJ 12 @nrj12lachaîne nrj12lachaîne
REGIE PUBLICITAIRE	NRJ Global www.nrjglobal.com	Sébastien BRIZARD sbrizard@nrjglobal.fr 01 40 71 38 81

NRJ HITS

46-50, avenue Théophile Gautier
75 203 Paris cedex 16
Tél/Fax : 01 40 71 39 29 / 34 92

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 général des programmes et des antennes Directeur programmation musicale Responsable adjoint programmation musicale Directrice de la communication Directrice des relations presse	Guillaume PERRIER Stéphane JOFFRE-ROMEAS Jérémy COURTYTERA Morgan REGEL Candice de SAINT-PERN Delphine BOURDET
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 TWITTER	https://www.facebook.com/NRJHITSLACHAINE/ https://twitter.com/nrjhitslachaine
REGIE PUBLICITAIRE	NRJ Global www.nrjglobal.com	Sébastien BRIZARD sbrizard@nrjglobal.fr 01 40 71 38 81

NUMÉRO 23

12, rue d'Oradour sur Glane
75 015 Paris
Tél: 01 76 21 46 10
www.numero23.fr



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 : 12

THEMATIQUE	Généraliste - Traitant de toutes les diversités et d'ouverture sur le monde	
PROGRAMMES PHARES	1 à 2 films par semaine. Fictions événementielles : The Last Kingdom, Il s'appelait Mandela. Fictions unitaires représentatives de la diversité de la société française. 1 magazine culturel (23 ^{ème} dimension) + magazines et collections documentaires (Révélation, Vocation Pompier (4x52'), Légionnaires : à l'école du courage (4x52'), Indices) + 1 émission de testing (Faut pas pousser) + 1 émission politique (Menu président) + 1 talk show (Les Grandes gueules) Séries : Orange is the new black, Call the Midwife, PJ, Enquêtes réservées. Séries documentaires: Non élucidé, Supervétérinaire, Pitbull et Prisonniers, La loi de Northwoods, L'ombre d'un doute	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	715 heures
PROGRAMMATION	Part des différents genres de programmes	Fiction - Cinéma 28 % Documentaires et magazines 42 % Jeux et divertissements 16 % Information 2 % Autres 12 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	100 %
ORGANIGRAMME	Président Communication et marketing Achats et programmation	Alain WEILL Jenna HEMERY Carine BRULÉ
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	DROM-COM-POM	Orange, SFR
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Andorre, Monaco	Orange, SFR
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Free	INTERNET www.numero23.fr
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR	MOBILE NON	TABLETTE NON
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK Numero23/Numero23tv	TWITTER Numero23/@Numero23tv
REGIE PUBLICITAIRE	NextRégie	Pierre-Henry MEDAN 01 71 19 11 71

OCS
(OCS Max, OCS City, OCS
Choc, OCS Géants)

44, Avenue de la République
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 : 49

THEMATIQUE	Cinéma et séries		
PUBLIC VISE	Amateurs de séries et de cinéma		
PROGRAMMES PHARES	Game of Thrones ; The Walking Dead ; The Handmaid's Tale ; Story Movies ; Story Séries, etc		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	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 Directeur financier Directrice des acquisitions Directeur de la distribution	Serge LAROYE Guillaume JOUHET Boris DUCHESNAY Abdelkalek GOUGAM Alix GOLDSCHMIDT Jean-Baptiste MAQUAIRE	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Orange, CanalSat, Fransat	NON	A la carte - Pack
Câble	Numericable, Vialis	NON	A la carte - Pack
ADSL/Fibre	Orange, CanalSat, SFR, Numericable,	NON	A la carte - Pack
	Virgin Telecom, Bouygues	NON	
	Free	NON	A la carte
	Monaco Telecom, Swisscom,	NON	A la carte - Pack
	Vialis/Vitis/Wibox (RIP)	NON	
Mob/Internet	Orange, OCS, SFR, Bouygues, Free, CSat, Playstation, Molotov		
DIFFUSION DANS LES DROM/POM/COM et autres territoires	La Réunion, Mayotte, Guadeloupe, Martinique, Guyane, Saint-Martin, Saint Barthélemy, Tahiti, Nouvelle-Calédonie, Suisse, Monaco Ile Maurice Suisse	Orange, Tahiti Nui Satellite, Parabole Réunion, Canal+ Réunion/Caraïbes/Nouvelle-Calédonie, World Satellite Guadeloupe et Martinique TV Câble (Numericable), ZEOP Parabole Maurice, Mauritius Telecom, 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 RATRAPAGE	TELEVISEUR OCS Go sur les distributeurs, Chromecast	INTERNET www.ocs.go.fr	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK OCS	TWITTER @OCSTV	
DEVELOPPEMENTS 2017	Lancement de la distribution chez Molotov, Swisscom, OCS compatible Airplay et nouvelle application OCS Apple TV, application OCS Smart TV Samsung		

OL TV

Groupama Stadium
10, avenue Simone Veil
CS 70712
69 153 Décines cedex
Tél : 04 81 07 46 02
www.olweb.fr / Mail : oltv@ol.fr

Société éditrice : OL IMAGES**Convention CSA** : oui**Création de la chaîne** : 08/10/2004**Lancement de la chaîne** : 27/07/2005**Forme juridique** : S.A.S.**Capital** : 37 000 €**Effectif** : 20

THEMATIQUE	Sport		
PUBLIC VISE	Tout public supporter de l'Olympique Lyonnais ou amateur de football, de sport en général		
PROGRAMMES PHARES	Culture Club, 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, Génération OL, Dr'OL de DAM, Kop OL, Sur la Route, L'Extra...		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	Plus de 1 000 heures	
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	10 %	
Part des différents genres de programmes	Documentaires et magazines	50 %	
	Sport – y compris information sportive	50 %	
ACTIONNAIRE(S)	OL Groupe	100 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	2 %	
	Abonnements	70 %	
	Autres ressources	28 %	
ORGANIGRAMME	Président	Jean-Michel AULAS	
	Directeur général	Jean-Yves MEILLAND	
	Directeur des programmes	Alexa THILLE	
	Production	Georges CALEMARD	
	Juridique	Vincent PONSOT	
	Rédacteur en chef	Cyril COLLOT	
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	Orange, Bouygues Telecom		
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE OL	TABLETTE NON	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR NON	INTERNET www.olweb.fr	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK OLTV	TWITTER @OLTV_officiel	
REGIE PUBLICITAIRE	Lagardère Sport	Virginie ADNET vadnet@olympiquelyonnais.com 04 81 07 47 62	

OM TV

Centre d'entraînement Robert Louis-Dreyfus
 La Commanderie
 33, rue traverse de la Martine
 BP 108 13 425 Marseille cedex 12
 Tél/Fax : 04 91 76 56 09 / 91 12
 www.om.net

Société éditrice : OM Médias**Convention CSA** : oui**Création de la chaîne** : 16/01/1999**Lancement de la chaîne** : 16/01/1999**Forme juridique** : S.A.S.**Capital** : 1 557 700 €**Effectif** : 13

THEMATIQUE	Sport		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMES PHARES	Direct d'Avant Match, direct d'Après match, Match en différés, Objectif Match, 12 ^{ème} Homme, Résumés de matches de Jeunes		
PROGRAMMATION	Volume total de programmes diffusés par la chaîne en 2017 1 000 heures		
Part des différents genres de programmes	Part de programmes inédits	5 %	
	Documentaires et magazines	15 %	
	Vidéoclip	5 %	
	Sport - y compris information sportive	90 %	
ACTIONNAIRE(S)	SASP Olympique de Marseille	100 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Abonnements	100 %	
ORGANIGRAMME	Président directeur général	Jacques-Henri EYRAUD	
	Communication et marketing	Jean François RICHARD	
	Juridique	Alexandre MIAHLE	
	OM TV/Media	Hervé PHILIPPE	
	Achats	Thierry AGNELLO	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	NON	OUI - Pack Panorama
Câble	Numericable	NON	OUI - NC Box Platinum
ADSL	CanalSat DSL	NON	OUI - Pack Panorama
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Antilles et Guyane françaises La Réunion, Mayotte et Maurice Nouvelle-Calédonie, Polynésie française, Wallis et Futuna, Saint-Pierre et Miquelon, Mayotte, Saint-Martin, Saint-Barthélemy	Numericable	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK	https://www.facebook.com/OM	
	TWITTER	https://twitter.com/OM_Officiel	
	VIBER	OM	
	GOOGLE+	https://plus.google.com/u/0/+OM	
	SNAPCHAT	coulissesOM	
	INSTAGRAM	https://www.instagram.com/olympiquedemarseille/	
REGIE PUBLICITAIRE	SASP - Direction Olympique de Marseille	Jean François RICHARD jfrichard@om.fr 04 91 76 91 73	

ONZÉO

15, rue Cognacq Jay
75 007 Paris
Tél/Fax : 01 49 55 02 67 / 73
www.onzeo.fr

Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 26/09/2006
Lancement de la chaîne : 26/09/2006

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 37 000 €
Effectif : 10

THEMATIQUE	Sport	
PUBLIC VISE	Chaîne dédiée à douze clubs de football professionnel français	
PROGRAMMES PHARES	Culture Foot, Espace Club, Total Foot, Plein Cadre	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	257 heures
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	41 %
Part des différents genres de programmes	Sport – y compris information sportive	100 %
ACTIONNAIRE(S)	AS St ETIENNE RC LENS	50 % 50 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Autres ressources	100 %
ORGANIGRAMME	Président et producteur exécutif Directeur de l'antenne Directrice administrative et financière Responsable communication et réseaux sociaux Responsable marketing et commercial Chargé de production Animateur Journaliste	Jean-Michel ROUSSIER François STEFFEN Nadia BOUNOUAR Steeven DEVOS Melissa WICKRAMARACHCHIE Charlotte BARBE Jerrely ROUSSEAU Quentin FRANCCART

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	NON	OUI - Panorama
ADSL	CanalSat DSL	NON	OUI - Panorama
Mobile/3G	CanalSat Mobile	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI - Tous		CanalSat
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Monaco, Suisse		CanalSat
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE OUI		TABLETTE OUI
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR NON		INTERNET NON
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TWITTER DAILYMOTION		Onzéo Officiel @Onzeotv ONZEO

PARAMOUNT CHANNEL

22, rue Jacques Dulud
92 521 Neuilly-sur-Seine
Tél : 01 70 94 94 94
www.paramountchannel.fr



Société éditrice : Viacom International Media Networks France
Convention CSA : non
Création de la chaîne : 2013
Lancement de la chaîne : 05/09/2013
Forme juridique : S.A.R.L.
Capital : 8 000 €
Effectif : >100

THEMATIQUE	Cinéma		
PUBLIC VISE	25-49 ans, CSP+		
PROGRAMMES PHARES	Films issus des grands studios hollywoodiens : Paramount, NBC universal, Sony Columbia + Paramount buzz, Paramount stories		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	> 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 de la programmation	André KOBTZEFF	
	Directeur promotion/communication/marketing	Nicolas BESNIER	
	Directeur digital	Nicolas DOMONT	
	Directrice de la production	Karine SEVRAIN	
	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	Numericable, etc	NON	OUI
ADSL	Canal, Orange, Bouygues Free, SFR etc	En fonction de l'opérateur	En fonction de l'opérateur
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Guadeloupe, Martinique, Réunion, Nouvelle-Calédonie	Canal+ Antilles, MTV, 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 AB SAT, MY HD MEDIA Canal+ International	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Appli Paramount Channel, Canal, Numericable, Bouygues, SFR, Orange, Free	TABLETTE Appli Paramount Channel, Canal, Numericable, Bouygues, SFR, Orange, Free	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Canal, Numericable, Bouygues, SFR, Orange, Free	INTERNET Canal, Numericable, Bouygues, SFR, Orange, Free	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TWITTER INSTAGRAM	Paramount.channel.france @PARAMOUNT_TVFR paramount_channel_fr	
REGIE PUBLICITAIRE	Viacom International Media Networks Advertising & brand Solutions	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	Ça balance à Paris ; Zemmour et Naulleau ; La mode, la mode, La mode ; Très très bon ; La revue de presse ; J'ai un ticket...		
ACTIONNAIRE(S)	Groupe M6	100 %	
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Dga sports et opérations spéciales Responsable éditoriale Directrice des productions Responsable de la programmation Directeur de la communication Responsable communication Responsable partenariats et relations publiques Chargée de communication Responsable des nouveaux médias Responsable auto-promo Responsable d'antenne Responsables des productions Responsable éditoriale	Philippe BONY Jonathan CURIEL Fabrice CLÉMENT Priscilla HUET Muriel PEYROT Martin TRAMONT Guillaume TURIN Sophie MICHARD Clélia JOLY Amélie BOISSEAU José VIRGILI Gilles PRIEUR Delphine POMMAT Joël ISCLA Priscilla Huet	
TNT	Payante	Tranche en clair de 18h30 à 21h00 tous les jours et de 10h00 à 13h00 les samedis et dimanches ; CanalSat	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	CanalSat DSL, SFR-Neuf,	OUI	NON
	Bouygues,	OUI	
	Orange, Free	NON	OUI
Mobile / 3G	Orange Mobile	NON	OUI
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 NON	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK Paris Premiere	TWITTER @ParisPremieretv	
REGIE PUBLICITAIRE	M6 Publicité	Frédérique REFALO refalo@m6.fr	

PIWI+

1, place du Spectacle
92 863 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél : 01 71 35 35 35
www.piwiplus.fr

Société éditrice : Multithématiques
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 03/12/2003

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 84 340 983 €

THEMATIQUE	Jeunesse		
PUBLIC VISE	3-6 ans		
ACTIONNAIRE de Multithématiques	Groupe CANAL+	100 %	
ORGANIGRAMME	Directeur général du Groupe CANAL+	Maxime SAADA	
	Directeur général des antennes du Groupe CANAL+	Gérald-Brice VIRET	
	Directeur des chaînes thématiques du Groupe CANAL+	Jean-Marc JURAMIE	
	Directrice du pôle jeunesse	Audrey BRUGERE	
	Responsable éditorial préachats et coproductions	Sophie BOE	
	Responsable programmation	Louisa BOUGHIAS	
	Responsable des acquisitions jeunesse	Géraldine SOTO	
	Responsable des productions et des développements de programmes jeunesse	Nathalie LEFFRAY	
	Responsable promotion partenariats	Nathalie HACHET	
	Directrice du marketing	Mathilde VILLETTE	
	Directrice de la communication Groupe CANAL+	Laurence GALLOT	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	NON	OUI
Câble	Vialis	NON	OUI
ADSL	Canal	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DROM/POM/COM/TOM	Réunion, Mayotte Caraïbes Nouvelle-Calédonie Polynesie	Canal Canal Canal Vini	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Suisse Belgique Afrique	Canal, UPC Cablecom, Swisscom, Net+ Voo BeTV Canal, Parabole Maurice & Madagascar	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Canal à la demande	INTERNET My Canal	
DIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE iOS , Windows8 et Android via MyCanal TV connectée Samsung	TABLETTE iOS, Windows8 et Android via MyCanal	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK https://www.facebook.com/piwiofficiel		
REGIE PUBLICITAIRE	Canal+ Régie	Francine MAYER francine.mayer@canal-plus.com 01 71 35 55 10	

PLANÈTE+

1, place du Spectacle
92 823 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél : 01 71 35 35 35
www.planeteplus.com



Société éditrice : Planète Câble
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/08/1988

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 7 516 069 €

THEMATIQUE	Documentaire		
PUBLIC VISE	Tout public		
ACTIONNAIRE	Multithématiques	100 %	
ORGANIGRAMME	Directeur général du Groupe CANAL+ Directeur général des antennes du Groupe CANAL+ Directeur des chaînes thématiques du Groupe CANAL+ Directrice des chaînes thématiques Découverte Directrice des programmes des chaînes Planète+ Responsable éditorial Directeur des antennes des chaînes Découverte Directrice des acquisitions Directrice du marketing Directrice de la communication Groupe CANAL+ Attachée de presse chaînes Découverte	Maxime SAADA Gérald-Brice VIRET Jean-Marc JURAMIE Christine CAUQUELIN Delia BALDESCHI Olivier AGOGUE Bruno TALLUT Isabelle ANTRAYGUE Mathilde VILLETTE Laurence GALLOT Guillemette BERARD	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
TNT	Canal	NON	OUI
Satellite	Canal	OUI	NON
Câble	Vialis	NON	OUI
Mobile / 3G	Canal Mobile via My Canal	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DROM/POM/COM/TOM	Caraïbes, Réunion, Mayotte, Nouvelle-Calédonie Polynésie	Canal Vini	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Monaco Afrique	Voo Be Tv, SFR Belgique, Telesat Canal Suisse, UPC Cablecom, Net+, SWISSCOM Monaco Telecom Canal Afrique, Maurice & Madagascar	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Canal à la demande	INTERNET My Canal	
DIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE iOS, Windows8 et Android via MyCanal TV connectée Samsung	TABLETTE iOS, Windows8 et Android via MyCanal	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK https://www.facebook.com/planeteplusfrance	TWITTER @planeteplus	
REGIE PUBLICITAIRE	Canal+ Régie	Francine MAYER Francine.mayer@canal-plus.com 01 71 35 55 10	

PLANÈTE+
Aventure &
Expérience

1, place du Spectacle
92 823 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél : 01 71 35 35 35
www.planeteplus.com

Société éditrice : Planète Câble
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/11/2004
Lancement de la chaîne : 01/11/2004

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 7 516 069 €

THEMATIQUE	Documentaire	
PUBLIC VISE	Tout public	
ACTIONNAIRE	Multithématiques	100 %
ORGANIGRAMME	Directeur général du Groupe CANAL+	Maxime SAADA
	Directeur général des antennes du Groupe CANAL+	Gérald-Brice VIRET
	Directeur des chaînes thématiques du Groupe CANAL+	Jean-Marc JURAMIE
	Directrice des chaînes thématiques Découverte	Christine CAUQUELIN
	Directrice des programmes des chaînes Planète+	Delia BALDESCHI
	Responsable éditorial	Benoît ILLES
	Directeur des antennes des chaînes Découverte	Bruno TALLUT
	Directrice des acquisitions	Isabelle ANTRAYGUE
	Directrice marketing	Mathilde VILLETTE
	Directrice de la communication Groupe CANAL+	Laurence GALLOT
	Attachée de presse chaînes Découverte	Guillemette BERARD

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	OUI	NON
Câble	Vialis	NON	OUI
ADSL	Canal	NON	OUI
Mobile / 3G	Canal Mobile via My Canal	NON	OUI

DIFFUSION DANS LES DROM/POM/COM/TOM	Caraïbes, Réunion, Mayotte, Nouvelle-Calédonie Polynésie	Canal Vini
--	---	---------------

DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Monaco Afrique	Voo, Be TV, SFR Belgique Canal Suisse, UPC Cablecom, Swisscom, Net+ Monaco Télécom Canal Afrique, Maurice & Madagascar
---------------------------------	---	---

SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Canal à la demande	INTERNET My Canal
---	---	-----------------------------

DIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE iOS, Windows8 et Android via MyCanal TV connectée Samsung	TABLETTE iOS, Windows 8 et Android via MyCanal
--	---	--

RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK https://www.facebook.com/planeteplusaventureetexperience TWITTER @planeteplusaete
------------------------	--

REGIE PUBLICITAIRE	Canal+ Régie	Francine MAYER Francine.mayer@canal-plus.com 01 71 35 55 10
---------------------------	--------------	---

PLANÈTE+
Crime Investigation

1, place du Spectacle
92 823 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél : 01 71 35 35 35
www.planetepius.com

Société éditrice : Planète Câble
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/10/2007
Lancement de la chaîne : 01/10/2007

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 7 516 069 €

THEMATIQUE	Documentaire	
PUBLIC VISE	Tout public	
ACTIONNAIRE	Multithématiques	100 %
ORGANIGRAMME	Directeur général du Groupe CANAL+ Directeur général des Antennes du Groupe CANAL+ Directeur des chaînes thématiques du Groupe CANAL+ Directrice des chaînes thématiques découverte Directrice des programmes des chaînes Planète+ Responsable éditorial Directeur des antennes Chaînes Découverte Directrice des acquisitions Directrice marketing Directrice de la communication Groupe CANAL+ Attachée de presse chaînes Découverte	Maxime SAADA Gérald-Brice VIRET Jean-Marc JURAMIE Christine CAUQUELIN Delia BALDESCHI Laurie DUMAS Bruno TALLUT Isabelle ANTRAYGUE Mathilde VILLETTE Laurence GALLOT Guillemette BERARD

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	OUI	NON
Câble	Vialis	NON	OUI
ADSL	Canal	OUI	NON
Mobile / 3G	Canal Mobile via My Canal	NON	OUI

DIFFUSION DANS LES DROM/POM/COM/TOM	Caraïbes, Réunion, Mayotte, Nouvelle-Calédonie	Canal
--	--	-------

DIFFUSION HORS DE FRANCE	Suisse Belgique Afrique	Canal, UPC Cablecom, Swisscom, Net+ Voo BeTV Canal Afrique, Maurice & Madagascar
---------------------------------	-------------------------------	--

SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVEISEUR Canal à la demande	INTERNET My Canal
--	--	-----------------------------

DIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE iOS, Windows8 et Android via MyCanal TV connectée Samsung	TABLETTE iOS, Windows8 et Android via MyCanal
--	---	---

RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK https://www.facebook.com/planetepiuscrimeinvestigation TWITTER @planetepiusci
------------------------	--

REGIE PUBLICITAIRE	Canal+ Régie	Francine MAYER Francine.mayer@canal-plus.com 01 71 35 55 10
---------------------------	--------------	---

POLAR

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

Société éditrice : AB Thématiques
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 15/09/2002
Lancement de la chaîne : 15/09/2002

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 11 327 890 €
Effectif : nc

THEMATIQUE	Cinéma
-------------------	--------

PUBLIC VISE	Hommes
--------------------	--------

PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	35 %
Part des différents genres de programmes	Cinéma	90 %
	Documentaires et magazines	10 %

ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.S.	100 %
-----------------------	------------------	-------

ORGANIGRAMME	Directrice générale Groupe AB	Orla NOONAN
	Dga en charge de l'édition des chaînes, de l'acquisition et la gestion des droits audiovisuels et de la production documentaire GROUPE AB	Richard MAROKO
	Directeur digital et distribution des chaînes	Vincent GRYNBAUM
	Directrice marketing et communication GROUPE AB	Cécile BRINO
	Responsable éditoriale des chaînes	Mathilde VASLOT
	Responsable éditorial	Alexandre BRILLANT
	Attachée de presse	Monique DIOUF

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	BIS TV	NON	OUI
ADSL	Free	NON	OUI
	SFR	NON	OUI

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI
-----------------------------------	-----

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON
--	----------------------	------------------------

SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	OUI	NON
---	-----	-----

RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK http://www.facebook.com/CinePolarTV	TWITTER @CinePolarTV
------------------------	--	--------------------------------

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
---------------------------	---	---

POLAR+1, place du spectacle
92 823 Issy-les-Moulineaux cedex 9**Société éditrice :** Multithématiques**Convention CSA :** oui**Création de la chaîne :** septembre 2017**Lancement de la chaîne :** 26 septembre 2017**Forme juridique :** SAS**Capital :** 84 340 983 €**THEMATIQUE** Enquêtes policières**PROGRAMMES PHARES** The Killing ; Suspect n°1 ; Suspect n°1 : Tennis ; Ten Days in the Valley ; Bordertown ; Les Mystères de Londres ; Maigret ; Les Cordier, juge et flic ; Quai n°1 ; New York Police Blues ; Person of Interest ; Diane femme flic ; Falco.**ACTIONNAIRE(S)** Groupe CANAL+ 100 %

ORGANIGRAMME	Directeur général du Groupe CANAL+	Maxime SAADA
	Directeur général des antennes du Groupe CANAL+	Gérald-Brice VIRET
	Directeur des chaînes thématiques du Groupe CANAL+	Jean-Marc JURAMIE
	Direction des programmes	Vincent NAVARRO
	Responsable Editoriale Polar+	Cassandre RICHARD
	Responsable de communication fiction	Danièle MAISONNASSE
	Chargée de communication	Delphine HUCHET

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	OUI	Essentiel Famille
Câble	N/A	N/A	
ADSL	Canal	OUI	Essentiel Famille
	Free	OUI	TV by Canal
	Orange	OUI	Famille by Canal
Mobile/3G	Canal	OUI	Essentiel Famille

DIFFUSION DANS LES DOM/TOM NON**DIFFUSION HORS DE FRANCE** NON

SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Canal à la demande	INTERNET MYCANAL
---	---	----------------------------

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE MYCANAL	TABLETTE MYCANAL
--	--------------------------	----------------------------

RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK https://www.facebook.com/polarpluslachaine/	TWITTER NON
------------------------	--	-----------------------

REGIE PUBLICITAIRE	Canal+ Régie	Francine MAYER (Présidente) Francine.mayer@canal-plus.com 01 71 35 55 10
---------------------------	--------------	--

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	On va plus loin ; Sénat 360 ; Territoires d'infos ; Le Journal des Territoires ; Livres et vous ; Déshabillons-les ; L'épreuve de vérité ; L'info dans le rétro ; Ma voix compte ; Terra Terre ; Europe Hebdo ; Parlement Hebdo	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	1200 heures
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Part de programmes inédits Documentaires et magazines Information	25 % 60 % 15 %
ACTIONNAIRE(S)	Sénat	100 %
ORGANIGRAMME	Président Secrétaire général Directeur de la rédaction Directeur de l'antenne et des programmes Directrice de l'information parlementaire et des moyens de tournage Directrice du digital, communication et marketing Directeur technique Directeur de production	Emmanuel KESSLER Muriel SIGNOURET Albert RIPAMONTI Jean Philippe LEFEVRE Perrine TARNEAUD Myriam MULTIGNER Olivier BAUCHARD Philippe KAUFFMANN
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, les box, le câble, le satellite, les tablettes et les mobiles.	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Tous	Câble et satellite
DIFFUSION HORS DE FRANCE	OUI, via internet ; diffusion de l'antenne sur publicsenat.fr	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Retour au début	INTERNET publicsenat.fr
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TWITTER YOUTUBE DAILYMOTION INSTAGRAM TUMBLR	publicsenat publicsenat publicsenat publicsenat publicsenat http://verbatimim.publicsenat.fr http://livresetvous.publicsenat.fr

 QVC

Bâtiment 266, Parc des Portes de Paris
45, avenue Victor Hugo
93 300 Aubervilliers
www.qvc.fr



Société éditrice : QVC France

Convention CSA : oui

Lancement de la chaîne : 01/08/2015

Forme juridique : SAS

Capital : 800 000 €

THEMATIQUE	Téléachat principalement	
PUBLIC VISE	Tout public	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	77 heures par semaine
PROGRAMMATION	Téléachat et art de vivre	
PROGRAMMES PHARES	L'offre privilège du jour, L'esprit Shopping	
ACTIONNAIRE(S)	QVC FRANCE HOLDINGS, S.A R.L.	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Téléachat	100 %
ORGANIGRAMME	Président Direction générale Direction des programmes et de l'antenne Direction de la communication et du marketing	Steven HOFMANN Steven BRIDGEMAN Michaelann VANKIRK Chiara PARIANI

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal, Fransat	OUI	NON
ADSL	Free, Orange, Bouygues Telecom	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	NON		
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Monaco		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR NON	INTERNET NON	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE MyCanal, B.tv, Free TV	TABLETTE MyCanal, B.tv, Free TV	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK QVC France	TWITTER @QVCFrance	

RFM TV

28, rue François I^{er}
75 008 Paris
Tél/Fax : 01 56 36 53 00 / 33
www.mcm.net



Société éditrice : Lagardère Thématiques

Convention CSA : oui

Création de la chaîne : 02/10/2014

Convention CSA : oui

Création de la chaîne : 02/10/2014

THEMATIQUE	Musicale		
PUBLIC VISE	Grand public		
PROGRAMMES PHARES	RFM Night Fever ; Hit RFM ; RFM Party 90 ; RFM Music Show		
PROGRAMMATION			
Part des différents genres de programmes	Vidéo clips	95 %	
	Emissions	5 %	
ACTIONNAIRE(S)	Lagardère Active TV	59,51 %	
	Lagardère Active Broadcast	40,49 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	10 %	
	Autres ressources	90 %	
ORGANIGRAMME			
	Président	Richard LENORMAND	
	Directrice déléguée du Pôle TV	Caroline COCHAUX	
	Directeur délégué adjoint du Pôle TV	Julien FIGUE	
	Directeur commercial et développement du Pôle TV	Jean-René AUCOUTURIER	
	Directeur de la musique	Joey COUPE	
	Directrice des programmes	Patricia FONTENAS	
	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	
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	NON
	Free	NON	OUI
	SFR	NON	OUI
Mobile / 3G	Orange, Bouygues Telecom, CanalSat Mobile	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Réunion, Nouvelle-Calédonie, Madagascar	CanalSat, Numericable	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Angola, Australie, Belgique, Estonie, Hongrie, Lettonie, Liban, Lituanie, Luxembourg, Madagascar, Malte, Maroc, Moldavie, Monaco, Mozambique, Pays-Bas, Pologne, Portugal, Slovaquie, Suisse, Turquie, Ile Maurice, Vanuatu		
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR NON	INTERNET www.CanalSatalademande.fr	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON	
REGIE PUBLICITAIRE	Lagardère Publicité	Marie RENOIR-COUTEAU marie.renoircouteau@lagardere-pub.com 01 41 34 97 10	

RMC DÉCOUVERTE

12, rue d'Oradour-sur-Glane
75 015 Paris
Tél/Fax : 01 71 19 11 81
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 : 17

THEMATIQUE	Documentaire	
PUBLIC VISE	Tout public	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	230 heures
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	70 %
Part des différents genres de programmes	Documentaires et magazines	90 %
	Information	8 %
	Jeux et divertissements	1 %
	Autres	1 %
ACTIONNAIRE(S)	NextRadioTV	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directrice générale, directrice de l'antenne et des programmes Directeur des productions docs et programmes de flux Directeur des acquisitions Responsable de la programmation	Alain WEILL Guenaëlle TROLY Rodolphe GUIGNARD Corentin GLUTRON Samantha SCHMITT
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 En 2018	TABLETTE En 2018
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Orange, SFR, Free, Numericable (à venir)	INTERNET www.rmcdcouverte.bfmtv.com
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK RMC Découverte	TWITTER @rmcdcouverte
REGIE PUBLICITAIRE	Next Régie	Pierre-Henry MEDAN rmcregie@rmcregie.fr 01 71 19 11 71

RTL9

45, boulevard Pierre Frieden
L-1543 Luxembourg
www.rtl9.com

Société éditrice : RTL 9 S.A. et Cie SECS

Convention CSA : non

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	Famille
--------------------	---------

PROGRAMMES PHARES	Catch américain (WWE Raw), Top Models, Stargate SG1.
--------------------------	--

PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	10 %
Part des différents genres de programmes	Fiction	50 %
	Cinéma	45 %
	Documentaires et magazines	5 %

ACTIONNAIRE(S)	AB Entertainment	99 %
	RTL9 S.A.	1 %

ORGANIGRAMME	Directrice générale GROUPE AB	Orla NOONAN
	Dga en charge de l'édition des chaînes, de l'acquisition et la gestion des droits audiovisuels et de la production documentaire GROUPE AB	Richard MAROKO
	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 GROUPE AB	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 - Essentiel Famille
	BIS TV	NON	OUI - Panorama
	Orange	NON	OUI - Famille
ADSL	Free, Bouygues	OUI	NON
	SFR	OUI - Starter	NON
	Orange	NON	OUI - Famille By Canal / Famille

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON
--	----------------------	------------------------

SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR OUI	INTERNET OUI
---	--------------------------	------------------------

RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK http://www.facebook.com/LaChaineRTL9	TWITTER @LaChaineRTL9
------------------------	--	---------------------------------

SOUS-REGIE PUBLICITAIRE	Lagardère Publicité	Marie RENOIR Marie.renoircouteau@lagardere-pub.com 01 41 39 97 10
--------------------------------	---------------------	---

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 €

THEMATIQUE	Documentaire		
PUBLIC VISE	35-59/60 et +		
PROGRAMMES PHARES	Le Mag de la Science ; Exomars, à la conquête de la planète rouge ; Megastructures : Titans des mers ; Espace : The Universe ; Cataclysmes ; Case Junior.		
PROGRAMMATION			
Part des différents genres de programmes	Documentaires et magazines	100 %	
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.S.	100 %	
ORGANIGRAMME	<p>Directrice générale GROUPE AB Dga en charge de l'édition des chaînes, de l'acquisition et la gestion des droits audiovisuels et de la production documentaire GROUPE AB</p> <p>Orla NOONAN</p> <p>Directeur digital et distribution des chaînes Richard MAROKO</p> <p>Directrice marketing et communication GROUPE AB Vincent GRYNBAUM</p> <p>Responsable de l'antenne et de la programmation des chaînes Découverte et Sports Cécile BRINO</p> <p>Responsable éditoriale Marie DE MAUBLANC</p> <p>Attachée de presse Isabelle GRILLOT Katia DEPARIS</p>		
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	NON	OUI - Essentiel Famille
	BIS TV	NON	OUI - Panorama
	Orange	NON	OUI - Famille
ADSL	Free	NON	OUI - TV By Canal / Pack BIS Premium / Pack BIS Ultimatum / Pack BIS Panorama
	SFR	NON	OUI - Pass Premium / Pass Découverte
	Bouygues	NON	OUI - Grand Angle
	Orange	NON	OUI - Famille By Canal / Famille
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUR	INTERNET	
	OUI	OUI	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE	TABLETTE	
	NON	NON	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK	TWITTER	
	www.facebook.com/ScienceetvieTV	@ScienceetvieTV	
REGIE PUBLICITAIRE	RÉGIS, publicité et opérations spéciales	David BYWALSKI david.bywalski@groupe-ab.fr 01 49 17 24 19	

SEASONS

1, place du Spectacle
92 823 Issy-les-Moulineaux Cedex 9
Tél : 01 71 35 35 35
www.seasons.fr

Société éditrice : Multithématiques
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/11/1 996

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 84 340 983 €

THEMATIQUE	Documentaire		
PUBLIC VISE	Tout public		
ACTIONNAIRE de Multithématiques	Groupe CANAL+	100 %	
ORGANIGRAMME	Directeur général du Groupe CANAL+	Maxime SAADA	
	Directeur général des antennes du Groupe CANAL+	Gérald-Brice VIRET	
	Directeur des chaînes thématiques du Groupe CANAL+	Jean-Marc JURAMIE	
	Directrice des chaînes thématiques Découverte	Christine CAUQUELIN	
	Directeur des programmes	Rémi CASTAING	
	Directeur des antennes des chaînes Découverte	Bruno TALLUT	
	Directrice des acquisitions	Isabelle ANTRAYGUE	
	Directrice du marketing	Mathilde VILLETTE	
	Directrice de la communication Groupe CANAL+	Laurence GALLOT	
	Attachée de presse chaînes Découverte	Guillemette BERARD	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	NON	OUI
Câble	Vialis	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DROM/POM/COM/TOM	Caraïbes, Nouvelle-Calédonie, Réunion, Mayotte		Canal
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Monaco Suisse Afrique	Voo Be TV Monaco Telecom Canal, UPC Cablecom, Swisscom, Net+ Canal Afrique, Maurice & Madagascar	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Canal à la demande	INTERNET My Canal	
DIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE iOS, Windows 8 et Android via MyCanal TV connectée Samsung	TABLETTE iOS, Windows 8 et Android via MyCanal	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK https://www.facebook.com/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	Les Emmy Awards ; Marvel : les agents du SHIELD ; Supergirl ; L'Exorciste ; Suits avocats sur mesure ; Blue Bloods ; Training Day ; The Level ; Nashville ; Night Shift ; Supernatural ; Vampire Diaries, The Originals ; Beauty & the Beast ; The Walking Dead ; American Horror Story...		
ACTIONNAIRE(S)	Groupe M6 Groupe TF1	50 % 50 %	
ORGANIGRAMME	Directeur général Directeur de la communication Responsable de la communication Chargée de communication	Laurent de LORME Guillaume TURIN 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 Publicité	Gilles BARTHELEMY gbarthelemy@m6.fr 01 41 92 66 66	

SFR SPORT 1

12 rue d'Oradour-sur-Glane
75 015 Paris
<https://sport.sfr.fr/>



Société éditrice : Sportscotv

Convention CSA : oui

Création de la chaîne : août 2016

Lancement de la chaîne : 13 août 2016

Forme juridique : SASU

Capital : 1 000 €

THEMATIQUE	Sport		
PUBLIC VISE	Grand public		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	4 400 heures	
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	10 %	
	Événements sportifs	29 %	
Part des différents genres de programmes	Émissions	45 %	
	Documentaires	1 %	
PROGRAMMES PHARES	Emissions : PL Live, PL Zone, Half Time, Transversales, Frankly, 91 ^{ème} minute, Le vestiaire. Droits et événements sportifs : Football (Premier League, Liga Portugaise, Copa Libertadores). Athlétisme (Diamond League, Meetings français). Boxe (Championnats du monde, WSB).		
ACTIONNAIRE(S)	NextRadioTV	100 %	
ORGANIGRAMME	Président Direction générale Direction des rédactions Direction adjoint des rédactions Responsable d'antenne Responsable juridique	Alain WEILL François PESENTI Laurent SALVAUDON Marc WALTER Frank GUILLOUARD Stéphanie CORBIERE	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET SFR SPORT
Satellite	NON	NON	
Câble	Numericable	NON	OUI - Inclus dans Starter, Power, Power+, Premium
ADSL	SFR	NON	OUI - Inclus dans Starter, Power, Power+, Premium
Mobile / 3G	SFR	NON	OUI - Inclus dans Starter, Power, Power+, Premium
DIFFUSION DANS LES DROM COM	Réunion, Guadeloupe, Martinique, Guyane Tahiti	SFR Vini	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Luxembourg Suisse Ile Maurice	Post Luxembourg, Eltrona Swisscom-Telecom, UPC, Net +, Sunrise-Teleclub, Citycable Mauritius Telecom-my.t, Parabole Maurice	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR SFR	INTERNET NON	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE SFR Sport	TABLETTE SFR Sport	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK SFR Sport	TWITTER @ SFR_Sport	
DEVELOPPEMENTS 2018	Arrivée de la Ligue des Champions et de l'Europa Ligue sur la grille semaine des chaînes SFR Sport et nouveaux formats d'émission et des documentaires événementiels		
REGIE PUBLICITAIRE	Next Régie	Pierre-Henry MEDAN comptaclients@nextregie.fr 01 87 25 50 01	

SFR SPORT 2

15, rue Cognacq-Jay
75 007 Paris
<https://sport.sfr.fr/>



Société éditrice : MCS
Convention CSA : 17/11/2007
Création de la chaîne : 10/2007
Lancement de la chaîne : 10/2007

Forme juridique : SAS
Capital : 37 500 €
Effectif : 45

THEMATIQUE	SPORT		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	500 heures	
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	65 %	
	Sports	85 %	
Part des différents genres de programmes	Documentaires	3 %	
	Emissions	12 %	
PROGRAMMES PHARES	Emissions : Entre les potos (rugby), Buzzer (basket), Meeting Privé (athlétisme) et 13 ^{ème} Round (boxe) Droits et événements sportifs : Rugby : Premiership anglaise, Test matches de l'équipe d'Angleterre. Basket : Pro A, Leaders Cup, All Star Game, Euroleague, EuroCup, matchs internationaux équipes de France féminine et masculine, NCAA. Foot : Liga portugaise, matchs amicaux. Athlétisme : Diamond League, Meetings français. Ski : étapes autrichiennes de Coupe du monde.		
ACTIONNAIRE(S)	ALTICE	100 %	
ORGANIGRAMME	Président Direction générale Rédacteur en chef adjoint Achat de programmes Contact communication	Nicolas ROTKOFF Bruno OPPENHEIM Erwan LEMOINE Nicolas ROTKOFF Sibel HAN	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	NON		
Câble	SFR (Numericable)	OUI	Offre Power, Power+, Premium
ADSL	SFR	OUI	Offre Power, Power+, Premium
Mobile/3G	SFR	OUI	Application SFR Sport
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, Guyane, Réunion, Mayotte Tahiti	SFR Vini	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Luxembourg Maurice	SFR, VOO Swisscom-Teleclub, UPC, Net+, Sunrise-Teleclub, Citycable Eltrona, Post Luxembourg, SFR Mauritius Telecom-my.t, Parabole Maurice	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Opérateur SFR	INTERNET NON	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Application SFR Sport	TABLETTE Application SFR Sport	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK SFR Sport	TWITTER @SFR_Sport	
DEVELOPPEMENT 2018	Mise en place de continuités antenne incarnées le week-end sur SFR Sport 2 à venir à la rentrée 2018.		
REGIE PUBLICITAIRE	Next Régie	Pierre-Henry MEDAN comptaclients@nextregie.fr 01 87 25 50 01	



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	Les meilleures séries science-fiction : The 100, Midnight, Texas, Les Chroniques de Shannara, The Magicians, Channel Zero, Flynn Carson et les nouveaux aventuriers, 12 Monkeys, Killjoys...
--------------------------	--

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	TELEVEUSEUR SFR	INTERNET NON
---	---------------------------	------------------------

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE SFR TV	TABLETTE SFR TV
--	-------------------------	---------------------------

RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TWITTER INSTAGRAM YOUTUBE	SYFYFrance @SYFYFr Syfyfr SYFY France
------------------------	---	--

REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité	Nathalie DINIS CLEMENCEAU nathalie.clemenceau@francetvpub.fr 01 56 22 63 45
---------------------------	------------------------------	---

Société éditrice : Turner
Convention CSA : non

THEMATIQUE	Cinéma		
PUBLIC VISE	15 ans et plus, amateurs de cinéma		
PROGRAMMES PHARES	Le meilleur du cinéma américain des années 30 à aujourd'hui. Plus de 600 films par an.		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 207	6 heures	
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	3 %	
Part des différents genres de programmes	Cinéma	95 %	
	Documentaires et magazines	5 %	
ACTIONNAIRE(S)	TBS Inc.	100 %	
ORGANIGRAMME	Président VP - Head of Commercial and Business Head of Channels	Jaime ONDARZA Guillaume COFFIN Julien BORDE	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	NON	OUI - Les chaînes Ciné Séries
	Orange	NON	OUI - Basique étendu Extra - Cinéma - Pack anglophone
Câble	Numericable	NON	OUI - Etendu Offre Max - Power+ Family
ADSL	Orange	NON	OUI - Anglophone-Extra-Ciné
	Canal DSL	NON	OUI - chaînes Ciné Séries
	SFR	NON	OUI - Sélection - Cinéma - Anglophone - Power+ Family
	Free	NON	OUI à la carte + pack
	Bouygues	NON	OUI - Etendu + Grand Cinéma
	Darty	OUI	OUI - Etendu - Cinéma
	Alice		OUI - Passion
	Virgin		OUI - Pack Cinéma
	Molotov	NON	OUI - Etendu - Cinéma
	Wibox		OUI - Cinéma
Mobile/3G	SFR Mobile	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Antilles, Guadeloupe, Martinique Réunion Nouvelle-Calédonie	CanalSat Caraïbes, Mediaserv Guadeloupe, etc. CanalSat Réunion, Mediaserv, SFR, Zeop, etc. SRR, CanalSat Calédonie, Can'L.	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Monaco, Luxembourg Maroc Gabon, Congo, Afrique, Burkina Faso, Cameroun, Niger Madagascar, Ile Maurice	Proxiums, Betv, Numericable Belgique, M7 Group SA, Voo. CanalSat Suisse, Netdream, Swisscom, UPC, Arstelevision, etc. Boisy TV, NC Luxembourg, Monaco Telecom, etc. Maroc Telecom. Satcon, Telecom, Neerwaya Multivision, Creolink, Telestar, Canal. Holding, Startime. Bluline, Mauritius Telecom.	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR Free, Canal, Numericable, Bouygues, SFR, Orange, Molotov	INTERNET Canal à la demande	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TCMcinema	TWITTER TCM_Cinema	

TÉLÉTOON+

1, place du Spectacle
92 863 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél : 01 71 35 35 35
www.teletoonplus.fr

Société éditrice : Multithématiques
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 24/10/1996

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 84 340 983 €

THEMATIQUE	Jeunesse		
PUBLIC VISE	6-10 ans		
ACTIONNAIRE de Multithématiques	Groupe CANAL+	100 %	
ORGANIGRAMME	Directeur général du Groupe CANAL+	Maxime SAADA	
	Directeur général des antennes du Groupe CANAL+	Gérald-Brice VIRET	
	Directeur des chaînes thématiques du Groupe CANAL+	Jean-Marc JURAMIE	
	Directrice du pôle jeunesse	Audrey BRUGERE	
	Responsable éditorial préachats et coproductions	Sophie BOE	
	Responsable programmation	Louisa BOUGHIAS	
	Responsable des acquisitions jeunesse	Géraldine SOTO	
	Responsable des productions et des développements de programmes jeunesse	Nathalie LEFFRAY	
	Responsable promotion partenariats	Nathalie HACHET	
	Directrice du marketing	Mathilde VILLETTE	
	Directrice de la communication Groupe CANAL+	Laurence GALLOT	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	OUI	NON
Câble	Vialis	NON	OUI
ADSL	Canal	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/POM/COM/TOM	Caraïbes, Réunion, Mayotte, Nouvelle-Calédonie Polynésie	Canal Vini	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Monaco Afrique	Voo BeTV, Telesat Canal, UPC Cablecom, Swisscom, Net+ Monaco Telecom Canal Afrique, Maurice & Madagascar	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUR Canal à la demande	INTERNET My Canal	
DIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE iOS, Windows 8 et Android via MyCanal TV connectée Samsung	TABLETTE iOS, Windows 8 et Android via MyCanal	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK https://www.facebook.com/teletoonofficiel		
REGIE PUBLICITAIRE	Canal+ Régie	Francine MAYER francine.mayer@canal-plus.com 01 71 35 55 10	

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	Les dossiers de Téva ; Sucrément bon ; Téva déco ; Magnifique by Cristina ; The Good Wife ; Jane the Virgin ; Devious Maids ; Younger...		
ACTIONNAIRE(S)	Groupe M6	100 %	
ORGANIGRAMME	Président Directrice générale Responsable programmation et antenne Chargé de programmation Directeur de la communication Responsable communication Chargées de communication Responsable des programmes de flux Chargée des programmes de flux Responsable des nouveaux médias Responsable auto-promo Responsable d'antenne	Thomas VALENTIN Catherine SCHÖFER Charlotte GALICE Jérémy FAUTH Guillaume TURIN Sophie MICHARD Amélie BOISSEAU et Florence SOMMIER Stéphanie SARTEL Alexandra HEYNE José VIRGLI Pierre GOICHON Delphine POMMAT	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	CanalSat DSL, Orange, SFR-Neuf, Bouygues Telecom	OUI	NON
	Free	NON	OUI - A la carte
Mobile / 3G	Orange Mobile	OUI	NON
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	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	NON		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUSEUR CanalSat, Numericable, Bouygues, Orange, SFR	INTERNET NON	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK Teva	TWITTER @tevalachaine	
REGIE PUBLICITAIRE	M6 Publicité	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 : 41 883 508,40 €
Effectif : 1 639

THEMATIQUE	Généraliste	
PUBLIC VISE	Familial	
PROGRAMMES PHARES	Demain nous appartient ; Nos chers voisins ; Le secret d'Elise ; Sam ; Après moi le bonheur ; Munch ; The Voice ; Danse avec les stars ; 50 minutes Inside ; C'est Canteloup ; Téléfoot ; Automoto, etc.	
PROGRAMMATION		
Part des différents genres de programmes	Fiction	40,5 %
	<i>dont animation</i>	8,6 %
	Cinéma	3,7 %
	Sport	1,2 %
	Documentaires et magazines	16,2 %
	Information	7,9 %
	Jeux et divertissements	11,8 %
	Autres (publicité, téléachat, BA ...)	19,0 %
ACTIONNAIRE(S)	Bouygues	43,9 %
	Salariés TF1	7,1 %
	Flottant	49,0 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur général	Gilles PELISSON
	Directrice de l'antenne	Elisabeth DURAND
	Responsable de la programmation	Amandine GERARDIN
	Communication et marketing	Maylis CARCABAL
	Production	François PELLISSIER
	Juridique	Sébastien FRAPIER
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL / FTTH, 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 Overseas, Numericable, ZEOP, InternetNC, Mediaserv, Parabole Réunion, Vini
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Monaco Belgique Suisse (TF1 Suisse) Luxembourg Afrique Liban	Monaco Telecom Proximus, Telesat, Be TV, SFR Belgium, Voo, Telenet, Orange Belgique Swisscom, UPC Cablecom, Citycable, Netplus, naxoo Multiples câblo-opérateurs Canal+ International, ABSat, Maroc Telecom, MYHD Globalcom
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, Molotov.tv	TABLETTE TV d'Orange, MyCanal, B.tv, SFR TV, Molotov
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK, TWITTER, GOOGLE+, INSTAGRAM, YOUTUBE	
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 Publicité 01 41 41 12 34	Régis RAVANAS (Président) rrs@tf1.fr

TF1 SÉRIES FILMS (ex-HD1)

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	530 heures
Part des différents genres de programmes	Cinéma	5 %
	Fiction	45 %
	Séries	32 %
PROGRAMMES PHARES	Des fictions françaises : Nos chers voisins, La vengeance aux yeux clairs, Le tueur du lac, Section de Recherche, Alice Nevers. Cinéma : Clap, magazine consacré à l'actualité du cinéma. Des séries étrangères : Dr House, Grey's Anatomy, Humans, The Slap.	
ACTIONNAIRE(S)	MONTE CARLO PARTICIPATION	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directrice générale Responsable de la programmation Communication	Ara APRIKIAN Céline NALLET 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, ZEOP, Parabole Réunion, Can'l
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Monaco Suisse Belgique	Monaco Telecom Swisscom, UPC Cablecom, Citycable, Netplus, naxoo Voo, Telenet
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE TV d'Orange, MyCanal, B.tv, SFR TV, Molotov	TABLETTE TV d'Orange, MyCanal, B.tv, SFR TV, Molotov
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR MYTF1	INTERNET www.mytf1.fr
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TWITTER INSTAGRAM YOUTUBE	facebook.com/HD1.TV @HD1TV @hd1_tv HD1
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 Publicité	Régis RAVANAS (Président) Sylvia TASSAN-TOFFOLA (DG Commerciale)

TFX
(ex NT1)

1, quai du Point du jour
92 656 Boulogne
Tél/Fax : 01 41 41 12 34
www.nt1.tv



Société éditrice : NT1
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 31/03/2005
Lancement de la chaîne : 31/03/2005

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 8 297 120 €

THEMATIQUE	Généraliste	
PUBLIC VISE	Jeunes adultes	
PROGRAMMES PHARES	Fiction française : VDM, Joséphine ange gardien. Fiction américaine : Revenge, Grey's Anatomy, 2 Broke Girls, Gossip Girl, Vampire Diaries. Magazines et divertissements : Super Nanny, Appels d'urgence, Confessions intimes, Chroniques criminelles, Secret Story, On a échangé nos mamans, La villa des cœurs brisés.	
PROGRAMMATION	Volume de programmes inédits	458 heures
Part des différents genres de programmes	Fiction	48 %
	Cinéma	3 %
	Documentaires et magazines	24 %
	Spectacle / Musique / Divertissements	14 %
	Sport - y compris information sportive	0 %
	Autres	10 %
	Information	<1 %
ACTIONNAIRE(S)	MONTE CARLO PARTICIPATION	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directrice générale Responsable de la programmation Communication Directeur de la diffusion	Ara APRIKIAN Céline NALLET Julien GRANGE 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, Canal Overseas, Numericable, ZEOP, Parabole Réunion, Can'l
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Monaco	Monaco Telecom
	Suisse (NT1 Suisse)	Swisscom, UPC Cablecom, Citycable, Netplus, naxoo
	Afrique	Canal+ International, ABSat, DRTV Congo, Telestar Niger, EXCAF, Startimes
	Belgique	Telesat
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE TV d'Orange, MyCanal, B.tv, SFR TV, Molotov	TABLETTE TV d'Orange, MyCanal, B.tv, SFR TV, Molotov
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVEUR MYTF1	INTERNET www.mytf1.fr
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TWITTER INSTAGRAM YOUTUBE	facebook.com/NT1 @NT1 @NT1tv NT1
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 Publicité	Regis RAVANAS (Président) Sylvia TASSAN-TOFFOLA (DG Commerciale)

TIJI

28, rue François I^{er}
75 008 Paris
Tél/Fax : 01 56 36 55 55 / 59
www.tiji.fr



Société éditrice : Lagardère Thématiques
Création de la chaîne : 15/12/2000
Lancement de la chaîne : 15/12/2000

Convention CSA : oui
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 34 880 409 €

THEMATIQUE	Jeunesse		
PUBLIC VISE	3-6 ans		
PROGRAMMES PHARES	My little Pony : les amis c'est magique, The Littlest Petshop : des animaux trop mignons, Oum le dauphin blanc, Popples, Nouvelles aventures de Peter Pan, Maya, Super 4, Heidi, Tchoupi, etc.		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	15 heures	
PROGRAMMATION	Part des différents genres de programmes	Animation Jeux et divertissements	98 % 2 %
ACTIONNAIRE(S)	Lagardère Active TV Lagardère Active Broadcast	59,51 % 40,49 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité Abonnements	10 % 90 %	
ORGANIGRAMME	Président Directrice déléguée du Pôle TV Directeur délégué adjoint du Pôle TV Directeur commercial et développement du Pôle TV Pôle TV Directrice d'antenne Directrice des programmes Directrice de la communication	Richard LENORMAND Caroline COCHAUX Julien FIGUE Jean-René AUCOUTURIER Caroline MESTIK Caroline ADELUS Samira CHAHBOUNE	
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	CanalSat DSL	OUI	NON
	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, 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 RATRAPAGE	TELEVISEUR My Canal, Bouygues, Orange, SFR	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 YOUTUBE	chaîneTIJI TIJI	
REGIE PUBLICITAIRE	Lagardère Publicité	Marie RENOIR-COUTEAU (01 41 34 97 10) Marie.renoircouteau@lagardere-pub.com	



6 bis, quai Antoine 1^{er}
98 000 Monaco
Tél/Fax : +377 93 15 14 15 / 14 36
www.tmc.tv



Société éditrice : Télé Monte Carlo
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 19/11/1954
Lancement de la chaîne : 19/11/1954

Forme juridique : S.A. de droit Monégasque
Capital : 25 166 475 €

THEMATIQUE	Généraliste	
PUBLIC VISE	25-49 ans mixtes	
PROGRAMMES PHARES	Magazine : Quotidien. Fiction française : Les Mystères de l'amour, Profilage. Cinémas (205 films par an). Séries américaines : DC Legend of Tomorrow, Les experts : Miami, Mentalist. Magazines et divertissements : Spectacles humoristes, 90' Enquêtes.	
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	471 heures
Part des différents genres de programmes	Fiction	68 %
	Cinéma	5 %
	Documentaires et magazines	17 %
	Divertissements	4 %
	Autres	6 %
	Sport	<1 %
	Information	<1 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe TF1	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	100 %
ORGANIGRAMME	Président Vice-Président Directrice générale Responsable de la programmation Communication Directeur de la diffusion	Gilles PELISSON Etienne FRANZI Céline NALLET 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 Overseas, ZEOP, Parabole Réunion, Can'l
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Monaco Suisse (TMC Suisse) Luxembourg Afrique	Monaco Telecom Swisscom, UPC Cablecom, Citycable, Netplus, naxoo Multiples câblo-opérateurs ABSat, DRTV Congo, Telestar Niger, EXCAF, Startimes, MYHD
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE TV d'Orange, MyCanal, B.tv, SFR TV, Molotov	TABLETTE TV d'Orange, MyCanal, B.tv, SFR TV, Molotov
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR MYTF1	INTERNET www.mytf1.fr
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TWITTER INSTAGRAM YOUTUBE	facebook.com/TMClaChaine @TMC tv @TMC_tv TMC
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 Publicité 01 41 41 12 34	Régis RAVANAS www.tf1pub.fr

TOUTE L'HISTOIRE

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

Société éditrice : AB 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	Portraits : Lénine, Hillary Clinton. Productions originales : Sacrific, Jusqu'au dernier, Le Fracas des Utopies, Histoire de France : La Marseillaise, Les Amants de l'Histoire, La Bataille de la pilule, Journal filmé d'un exil.		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires et magazines	100 %	
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.S.	100 %	
ORGANIGRAMME	Directrice générale GROUPE AB Dga en charge de l'édition des chaînes, de l'acquisition et la gestion des droits audiovisuels et de la production documentaire GROUPE AB Directeur digital et distribution des chaînes Directrice marketing et communication GROUPE AB Responsable de l'antenne et de la programmation Responsable éditoriale Attachée de presse	Orla NOONAN 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 - Famille
	BIS TV	NON	OUI - Panorama
	Orange	NON	OUI - Famille
ADSL	Free	NON	OUI - TV By Canal / Pack BIS Premium / Pack BIS Ultimatum / Pack BIS Panorama
	SFR	NON	OUI - Pass Découverte / Prémium OUI - Grand Angle OUI - Famille By Canal / Famille
	Bouygues Orange	NON NON	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUR OUI	INTERNET OUI	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK http://www.facebook.com/TLHTV	TWITTER @TLHTV	
REGIE PUBLICITAIRE	RÉGIS, publicité et opérations spéciales	David BYWALSKI david.bywalski@groupe-ab.fr 01 49 17 24 19	

TRACE AFRICA *

73, rue Henri Barbusse
92 110 Clichy
Tél/Fax : 01 77 68 05 20 / 21
www.trace.tv



Société éditrice : TRACE TV S.A
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/10/2011
Lancement de la chaîne : 01/10/2011

Forme juridique : S.A.
Capital : 1 000 000 €
Effectif : 66

THEMATIQUE	Musicale		
PUBLIC VISE	Familial - Les 15-49 ans et tous les amateurs de musiques africaines		
PROGRAMMES PHARES	Guest Star, Africa 10, etc.		
PROGRAMMATION	Part des différents genres de programmes		
	Vidéo-clips	90 %	
	Spectacle vivant	5 %	
	Documentaires / Magazines	5 %	
ACTIONNAIRE(S)	Trace Partners S.A.S.	25 %	
	MTG	75 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Abonnements	100 %	
ORGANIGRAMME	Président	Olivier LAOUCHEZ	
	Directeur des opérations	Jean-Michel BONARD	
	CEO France	Valérie GILLES-ALEXIA	
	Directeur d'antenne et des programmes	Nicolas DUROY	
	CEO International	Laurent DUMEAU	
	Directrice des contenus	Nathalie MORLEY	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	NON	OUI
Câble	Numericable	NON	NON
ADSL	Orange, SFR	NON	OUI
	Bouygues, Free	NON	OUI
Mobile / 3G	Orange mobile, SFR mobile	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Réunion Mayotte		
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Algérie, Angola, Bénin, Botswana, Burkina Faso, Burundi, Cameroun, Cap Vert, République Centre-Afrique, Tchad, Comores, Guinée, Conakry, Congo, RDC, Djibouti, Guinée Équatoriale, Erythrée, Ethiopie, Gabon, Ghana, Guinée Bissau, Italie, Côte d'Ivoire, Lesotho, Liberia, Madagascar, Malawi, Mali, Mauritanie, Ile Maurice, Monaco, Maroc, Mozambique, Namibie, Niger, Nigeria, Portugal, Rwanda, Sao Tome & Principe, Sénégal, Seychelles, Sierra Leone, Somalie, Soudan, Swaziland, Suisse, Tanzanie & Zanzibar, Gambie, Togo, Tunisie, Ouganda, États-Unis, Zambie, Zimbabwe.		
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE TRACE sur Appstore et Google Play	TABLETTE TRACE sur Appstore et Google Play	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR	INTERNET Dailymotion	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TRACEAFRICA.official	TWITTER TRACE_Africa	
REGIE PUBLICITAIRE	TRACE	Rahissa MAHAMAT rmahamat@trace.tv	

* Fiche 2017 non actualisée par la chaîne.

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 : 66

THEMATIQUE	Musical	
PUBLIC VISE	Tous les fans de Gospel	
PROGRAMMES PHARES	Glitz ; Glam & Gospel ; Gospel 10 ; Merci d'exister ; One Speak ; TRACE Gospel Live Sessions ; We Love Gospel Music, etc.	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Vidéo clips	60 %
	Spectacle vivant	20 %
	Documentaires et magazines	20 %
ACTIONNAIRE(S)	Trace Partners S.A.S.	25 %
	MTG	75 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Abonnements	100 %
ORGANIGRAMME	Président	Olivier LAOUCHEZ
	Directeur des opérations	Jean-Michel BONARD
	CEO France	Valérie GILLES-ALEXIA
	Directeur d'antenne et des programmes	Nicolas DUROY
	CEO International	Laurent DUMEAU
	Directrice des contenus	Nathalie MORLEY
	Directrice administration et finances	Hanane TAZI
	Directeur de TRACE Gospel	Piero BATTERY

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	NON	NON
Câble	Numericable	NON	OUI - En bouquet aux Antilles et à la carte en France
ADSL	SFR	NON	OUI - A la carte
	Free	NON	OUI - Pack TRACE et à la carte
Mobile / 3G	Orange mobile, SFR mobile	NON	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.		
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE TRACE Gospel sur AppStore et Google Play	TABLETTE TRACE Gospel sur AppStore et Google Play	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR	INTERNET Dailymotion	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TRACE Gospel	TWITTER TRACE_Gospel	
REGIE PUBLICITAIRE	TRACE	Rahissa MAHAMAT rmahamat@trace.tv	

* Fiche 2017 non actualisée par la chaîne.

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 : 66

THEMATIQUE	Musical		
PUBLIC VISE	15-34 ans et tous les amateurs de musique afro-lusophones		
PROGRAMMES PHARES	Guest Star ; Toca Hit 10 ; New Toca Hit 30...		
PROGRAMMATION			
Part des différents genres de programmes	Vidéo clips	90 %	
	Spectacle vivant	5 %	
	Documentaires et magazines	5 %	
ACTIONNAIRE(S)	Trace Partners S.A.S.	25 %	
	MTG	75 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Abonnements	100 %	
ORGANIGRAMME	Président	Olivier LAUCHEZ	
	CEO France	Valérie GILLES-ALEXIA	
	Directeur des opérations	Jean-Michel BONARD	
	Directeur d'antenne et des programmes	Nicolas DUROY	
	CEO International	Laurent DUMEAU	
	Directrice des contenus	Nathalie MORLEY	
	Directrice administration et finances	Hanane TAZI	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	NON	NON
Câble	Numericable	NON	OUI
ADSL	SFR	NON	OUI
	Free	NON	OUI - Pack TRACE
Mobile / 3G	Orange mobile, SFR mobile	NON	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 TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR	INTERNET Dailymotion	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TRACE Toca	TWITTER TRACE_Toca	
REGIE PUBLICITAIRE	TRACE	Carina BRITO cbrito@trace.tv	

* Fiche 2017 non actualisée par la chaîne.

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 : 66

THEMATIQUE	Musical		
PUBLIC VISE	20-49 ans et tous les amateurs de musique tropicale		
PROGRAMMES PHARES	Tropical Hit 10 ; New, Haïti 10 ; Focus, Kizomba 10		
PROGRAMMATION			
Part des différents genres de programmes	Vidéo clips	90 %	
	Spectacle vivant	5 %	
	Documentaires et magazines	5 %	
ACTIONNAIRE(S)	Trace Partners S.A.S.	25 %	
	MTG	75 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Abonnements	100 %	
ORGANIGRAMME	Président	Olivier LAUCHEZ	
	Directeur des opérations	Jean-Michel BONARD	
	CEO France	Valérie GILLES-ALEXIA	
	Directeur d'antenne et des programmes	Nicolas DUROY	
	CEO International	Laurent DUMEAU	
	Directrice des contenus	Nathalie MORLEY	
	Directrice administration et finances	Hanane TAZI	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	NON	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	Orange, SFR	NON	OUI
	Bouygues, Free, Darty,	NON	OUI
Mobile / 3G	Orange mobile, SFR mobile	NON	OUI
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 TRACE sur AppStore et Google Play	TABLETTE TRACE sur AppStore et Google Play	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Numericable	INTERNET Dailymotion	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TRACE Tropical	TWITTER TRACE_Tropical	
REGIE PUBLICITAIRE	TRACE	Rahissa MAHAMAT rmahamat@trace.tv	

* Fiche 2017 non actualisée par la chaîne.

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 : 66

THEMATIQUE	Musicale									
PUBLIC VISE	15-34 ans et tous les amateurs de musique urbaine									
PROGRAMMES PHARES	Guest Star ; TRACE Request ; Urban Hit 10 ; Hits & Lyrics ; Urban Gossip ; Fashion Killa, etc.									
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2016	20 heures								
PROGRAMMATION	<table border="1"> <tr> <td>Vidéo clips</td> <td>90 %</td> </tr> <tr> <td>Part des différents genres de programmes</td> <td> <table border="1"> <tr> <td>Spectacle vivant</td> <td>5 %</td> </tr> <tr> <td>Documentaires et magazines</td> <td>5 %</td> </tr> </table> </td> </tr> </table>		Vidéo clips	90 %	Part des différents genres de programmes	<table border="1"> <tr> <td>Spectacle vivant</td> <td>5 %</td> </tr> <tr> <td>Documentaires et magazines</td> <td>5 %</td> </tr> </table>	Spectacle vivant	5 %	Documentaires et magazines	5 %
Vidéo clips	90 %									
Part des différents genres de programmes	<table border="1"> <tr> <td>Spectacle vivant</td> <td>5 %</td> </tr> <tr> <td>Documentaires et magazines</td> <td>5 %</td> </tr> </table>	Spectacle vivant	5 %	Documentaires et magazines	5 %					
Spectacle vivant	5 %									
Documentaires et magazines	5 %									
ACTIONNAIRE(S)	Trace Partners S.A.S. MTG	25 % 75 %								
SOURCES DE FINANCEMENT	Abonnements	100 %								
ORGANIGRAMME	Président Directeur des opérations CEO France Directeur d'antenne et des programmes CEO International Directrice des contenus Directrice administration et finances	Olivier LAOUCHEZ Jean-Michel BONARD Valérie GILLES-ALEXIA Nicolas DUROY Laurent DUMEAU Nathalie MORLEY Hanane TAZI								
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION										
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION							
Satellite	CanalSat	OUI	NON							
Câble		OUI	NON							
ADSL	Orange, Bouygues, Virgin	OUI	NON							
	Free	NON	OUI - Pack TRACE							
	Darty	NON	OUI - Etendu							
	SFR / Numericable	NON	OUI - Bouquet Power							
Mobile / 3G	NRJ mobile	OUI	NON							
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Mayotte, Guadeloupe, Guyane, Réunion, Polynésie, Nouvelle-Calédonie, 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 TRACE sur AppStore et Google Play	TABLETTE TRACE sur AppStore et Google Play								
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR CanalSat et Numericable	INTERNET www.trace.tv, Dailymotion, YouTube								
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TRACE TV	TWITTER @TRACE_Uban								
REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité	Nathalie CLEMENCEAU nathalie.clemenceau@ftv-publicite.fr 01 56 22 63 45								

* Fiche 2017 non actualisée par la chaîne.

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 35-49 ans	
PROGRAMMES PHARES	Le Spot ; La Diagonale des Fous ; Aurélien Ducroz, de la mer au sommet ; Surf the line.	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires et magazines	100 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.S.	100 %
ORGANIGRAMME	Directrice générale GROUPE AB Dga en charge de l'édition des chaînes, de l'acquisition et la gestion des droits audiovisuels et de la production documentaire GROUPE AB Directeur digital et distribution des chaînes Directrice marketing et communication GROUPE AB Responsable de l'antenne et de la programmation des chaînes Découverte et Sports Responsable éditoriale Attachée de presse	Orla NOONAN 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 - Découverte & Crescendo OUI - Panorama
	BIS TV	NON	OUI - Sports Max / Famille
	Orange	NON	
ADSL	Free	NON	OUI - Pack BIS Premium / Pack BIS Ultimatum / Pack BIS Panorama
	SFR	NON	OUI - Pass Découverte / Prémium
	Bouygues	NON	OUI - Grand Angle
	Orange	NON	OUI - Intense / Sports Max / Famille
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON		TABLETTE NON
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR OUI		INTERNET OUI
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK http://www.facebook.com/TREKHD INSTAGRAM TrekTV		TWITTER @TREKHD
REGIE PUBLICITAIRE	RÉGIS, publicité et opérations spéciales		David BYWALSKI david.bywalski@groupe-ab.fr 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	64': le monde en français ; Internationales ; 300 millions de critiques ; L'Invité ; Acoustic ; Maghreb Orient Express ; Africanités ; Objectif Monde...		
PROGRAMMATION	Part des différents genres de programmes		
	Fiction	11 %	
	Cinéma	6,5 %	
	Documentaires et magazines	47 %	
	Animation et vidéoclip	4 %	
	Sport - y compris information sportive	3 %	
	Information	21 %	
	Jeux et divertissements	7,5 %	
ACTIONNAIRE(S)	France Télévisions	49,0 %	
	France Médias Monde	12,6 %	
	RTBF	11,1 %	
	SSR	11,1 %	
	Télé Québec & Radio Canada	11,1 %	
	Arte France	3,3 %	
	INA	1,8 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	2,6 %	
	Abonnement	6,8 %	
	Autres ressources	90,6 %	
ORGANIGRAMME	Présidente du Conseil d'Administration	Delphine ERNOTTE CUNCI	
	Directeur général	Yves BIGOT	
	Secrétaire général	Thomas DEROBÉ	
	Directeur de l'information	André CRETENAND	
	Directeur marketing / distribution	Jean-Luc CRONEL	
	Directrice du numérique	Hélène ZEMMOUR	
	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	Numericable	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	TELEVISEUR Free/Numericable	INTERNET www.tv5mondeplus.com	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE OUI	TABLETTE OUI	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK facebook.com/tv5mondeofficiel	TWITTER twitter.com/tv5monde	
REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité 01 55 22 62 00	Pauline de CARDES pauline.decades@ftv-publicite.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 euros
Effectif : 10

THEMATIQUE	Séries, fiction, cinéma		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMATION			
Part des différents genres de programmes	Fiction	60 %	
	Séries	40 %	
PROGRAMMES PHARES	Hercule Poirot ; Columbo ; Arabesque ; Monk ; Section de recherches ; Profilage ; Alice Nevers, etc.		
ACTIONNAIRE(S)	TF1	100 %	
ORGANIGRAMME	Présidente	Elisabeth DURAND	
	Directeur délégué	Christophe SOMMET	
	Programmation	Julien GRANGE	
	Communication	Marie DEMICHEL	
	Marketing distributeurs	Sophie CATALIFAUD	
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 (Numericable) Petits câblo-opérateurs	OUI - Offre Starter	NON
	ADSL / Fibre	Canal DSL	NON
	Orange	NON	OUI - Pack Panorama
	SFR	NON	OUI - Bouquet Famille ou Famille by Canal
	Bouygues Telecom	OUI	OUI - Offre Power
	Free	NON	NON
		NON	OUI - TV by Canal
Mobile / 3G / Web	TV d'Orange, SFR TV, Numericable	NON	OUI
	TV Mobile, MyCanal, Molotov.tv B.tv	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, Guyane, Réunion, Mayotte, Nouvelle-Calédonie	Canal Overseas, SFR-Numericable, Orange, ZEOP Parabole Réunion, Mediaserv, InternetNC, Can'l	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Monaco	Monaco Telecom	
	Belgique	Proximus TV, Be TV, Voo, SFR Belgique, Telenet, Telesat M7, Orange Belgique	
	Suisse	Teleclub, UPC Cablecom, Netplus, Citycable, Swisscom	
	Luxembourg	Nombreux câblo-opérateurs	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR via les portails des opérateurs (notamment Canal à la demande, SFR-NC, Orange, Bouygues Telecom, Molotov, Free)	INTERNET TV d'Orange, SFR TV, MyCanal, Molotov.tv, B.tv	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE TV d'Orange, MyCanal, B.tv, SFR TV, Molotov	TABLETTE TV d'Orange, MyCanal, B.tv, SFR TV, Molotov	
RESEAUX SOCIAUX	TWITTER @TVBreizh	FACEBOOK facebook.com/tvbreizh	
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 Publicité	Olivier CARIOU ocariou@tf1.fr 01 41 41 25 33	

USHUAÏA TV

1, quai du Point du jour
92 656 Boulogne cedex
Tél : 01 41 41 12 34
www.ushuaiatv.fr



Société éditrice : Ushuaïa TV
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/12/2004
Lancement de la chaîne : 14/03/2005

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 10 000 €
Effectif : 10

THEMATIQUE	Documentaire	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	Ushuaïa Nature ; Grand Angle ; Ushuaïa Le Mag ; Bougez Vert...	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	150 heures de documentaires et magazines
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Part de programmes inédits Cinéma Documentaires et magazines	25 % 1 % 75 % - 8 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe TF1	100 %
ORGANIGRAMME	Présidente Directeur délégué Antenne	Elisabeth DURAND Christophe SOMMET 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 (Numericable) Petits câblo-opérateurs	NON	OUI - Bouquet Découverte
	ADSL / Fibre	Canal DSL	NON
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
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	Orange, SFR-Numericable Outremer, ZEOP, Vini Mediaserv, Internet NC, Parabole Réunion, Can'l,	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Monaco Suisse, Belgique, Luxembourg Afrique Liban	Monaco Telecom SFR Belgique, Telenet, Proximus TV, Telesat, Be TV, Voo, Teleclub, Netplus, Swisscom, UPC, etc. Maroc Telecom, Blueline, Zap TV Globalcom	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Via les portails des opérateurs	INTERNET TV d'Orange, SFR TV, Numericable TV Mobile, MyCanal, Molotov.tv, B.tv	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE TV Orange, MyCanal, B.tv, SFR TV, Molotov	TABLETTE TV d'Orange, MyCanal, B.tv, SFR TV, Molotov	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK facebook.com/Ushuaia.TV.Officielle	TWITTER @Ushuaia_TV	
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 Publicité	Olivier CARIYOU (01 41 41 25 33) ocariou@tf1.fr	

VIRGIN RADIO TV

28, rue François 1^{er}
75 008 Paris
Tel/fax : 01 56 36 55 55/59
<http://www.virginradio.fr/virginradiotv/>

Société éditrice : Lagardère Thématiques

Convention CSA : oui

Création de la chaîne : 20/03/2014

Lancement de la chaîne : 20/03/2014

Forme juridique : S.A.S

Capital : 34 880 409 €

THEMATIQUE	Musical		
PUBLIC VISE	Jeunes adultes (20-40 ans)		
PROGRAMMATION			
Part des différents genres de programmes	Vidéomusiques	95 %	
	Retransmission de concerts	5 %	
PROGRAMMES PHARES	Vidéomusiques pop/rock/électro, Electroshok		
ACTIONNAIRE(S)			
	Lagardère Active TV	59,51 %	
	Lagardère Active Broadcast	40,49 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Autres ressources 100 %		
ORGANIGRAMME			
	Président	Richard LENORMAND	
	Directrice déléguée du Pôle TV	Caroline COCHAUX	
	Directeur délégué adjoint du Pôle TV	Julien FIGUE	
	Directeur commercial et développement du Pôle TV	Jean-René AUCOUTURIER	
	Directrice des programmes	Patricia FONTENAS	
	Directeur de la musique	Joey COUPÉ	
	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	
	Achat de programmes	Mathilde ESCAMILLA/Maud BRANLY	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
ADSL	Free, Orange, SFR, Bouygues	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	NON		
DIFFUSION HORS DE FRANCE	NON		
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR	INTERNET	
	NON	http://www.virginradio.fr/virginradiotv/	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE	TABLETTE	
	Virgin Radio	Virgin Radio	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK	Virgin Radio TV	
	DAILYMOTION	Virgin Radio TV	
	TWITTER	@Virgin Radio TV	
REGIE PUBLICITAIRE	Lagardère Publicité	Marie RENOIR-COUTEAU 01 41 34 97 10	

VIVOLTA

38, quai du point du jour
92 100 Boulogne Billancourt
Tél/Fax : 01 58 68 62 62
www.vivolta.com

Société éditrice : Télévista
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 10/12/2007
Lancement de la chaîne : 10/12/2007

Forme juridique : S.A.
Capital : 815 115,60 €
Effectif : 10

THEMATIQUE	Divertissement		
PUBLIC VISE	Femmes 25-49 ans		
PROGRAMMES PHARES	La Maison France 5 ; Chérie qu'est-ce qu'on mange ? ; 99 % Plaisir...		
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	12 %	
Part des différents genres de programmes	Fiction	0 %	
	Cinéma	0 %	
	Documentaires et magazines	80 %	
	Spectacle vivant	0 %	
	Autres	10 %	
ACTIONNAIRE(S)	LA FINANCIERE LA RONGERE	42 %	
	Gaspard DE CHAVAGNAC	31 %	
	Marc Antoine D'HALLOUIN	10 %	
	Altice IV	4 %	
	Fondateurs et autres	13 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	20 %	
	Abonnements	76 %	
	Autres ressources	4 %	
ORGANIGRAMME	Président	Gaspard de CHAVAGNAC	
	Directeur d'antenne	Jérôme BARRUE	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	Orange, Bouygues, SFR, Free	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	NON		
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Suisse	NetPlus, Naxoo, UP Cablecom	
	Belgique	BE TV, Proximus, Numericable	
	Monaco	Monaco Telecom	
	Nouvelle-Calédonie	Can'L	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR	INTERNET	
	NON	NON	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE	TABLETTE	
	NON	NON	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK	vivoltatv	
	TWITTER	@vivolta	
	PINTEREST	vivolta	
REGIE PUBLICITAIRE	France Télévisions Publicité	Ben Abdallah AYA aya.benabdallah@francetvpub.fr 01 56 22 12 32	

VOYAGE

241, boulevard Pereire
75 017 Paris
Tél/Fax : 01 58 05 09 59 20
www.voyage.fr

Société éditrice : VOYAGE S.A.S.
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 31/05/1996
Lancement de la chaîne : 31/05/1996

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 37 779,10 €
Effectif : 31

THEMATIQUE	Documentaire	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	Trésors d'Europe ; La voie des glaces ; Sur les routes mythiques de France ; Mada Trek ; Fan tours...	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	130-140 heures
PROGRAMMATION	Part des différents genres de programmes	Documentaires et magazines Jeux et divertissements
		100 % 0 %
ACTIONNAIRE(S)	Fox Networks Group France	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité Abonnement	7 % 93 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur technique Directrice des programmes Juridique Directrice financière	Olivier BRAMLÉ Stephanie HOLM Marika PUISEUX Mitzi BERBERI Christelle BANCK
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION		
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE
Satellite	Canal	NON
Câble	SFR Numericable	NON
IPTV	Canal	NON
	Free	OUI
	Orange	NON
	Bouygues Telecom	NON
	SFR	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	DROM POM COM	Canal+ International, Parabole Réunion, Vini, C&W Seychelles, Mauritius Telecom
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Monaco Luxembourg 27 pays d'Afrique	Proximus, BeTV/VOO, Orange, Telenet Swisscom, Net Dream, etc. Monaco Telecom Tango Canal Afrique, Startimes, etc.
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Services replay des distributeurs (Canal à la demande, Freebox Replay...)	INTERNET Sites replay des distributeurs (ex : www.CanalSatalademande.fr...)
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE OUI	TABLETTE OUI
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK https://www.facebook.com/voyage.fr TWITTER NON	YOUTUBE https://www.youtube.com/user/chainevoyage DAILYMOTION http://www.dailymotion.com/voyage
REGIE PUBLICITAIRE	Next Régie	Pierre-Henry MEDAN phmedan@nextregie.fr 01 71 19 14 11

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	Les Marseillais ; Les princes et les princesses de l'amour ; Enquêtes criminelles ; Enquête d'action ; UEFA Europa League ; Le Message de Madénian et VDB ; W9 d'or ; Vêto de choc...	
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 Directeur de la communication Responsable communication Chargée de communication Chargée de communication Responsable communication nouveaux médias Responsable artistique Ressources humaines Responsable auto promotion	Thomas VALENTIN Jérôme FOUQUERAY Pierre-Guillaume LEDAN Marie LOISEL Karen KABALO Guillaume TURIN Emmanuelle COHEN Delphine BLAZY Cindy DE OLIVEIRA 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 Publicité	Frédérique REFALO frederique.refalo@m6.fr 01 41 92 26 48