

LE GUIDE DES CHÂÎNES

AVRIL 2019

17^e ÉDITION





MINISTÈRE DE LA CULTURE
182, rue Saint Honoré - 75 033 Paris Cedex 01
Tél : 01 40 15 80 00
www.culture.gouv.fr



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



CENTRE NATIONAL DU CINÉMA ET DE L'IMAGE ANIMÉE
Direction des études, des statistiques et de la prospective
291, boulevard Raspail - 75 675 Paris Cedex 14
Tél : 01 44 34 38 26
Email : despro@cnc.fr
www.cnc.fr



**ASSOCIATION DES CHÂÎNES
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
Email : pubtv@snptv.org
www.snptv.org

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

CLAIR de LUNE

SOMMAIRE

SYNTHÈSE	04
RESSOURCES DOCUMENTAIRES	06

CHAPITRE 1 L'OFFRE DE CHAÎNES

1. Les chaînes de la TNT	08
2. Les chaînes payantes nationales conventionnées et déclarées	08
3. Les chaînes payantes diffusées en France en 2018	09
4. La télévision de rattrapage (TVR)	10

CHAPITRE 2 LES MODES DE RÉCEPTION DE LA TÉLÉVISION EN FRANCE

1. Le marché des récepteurs	14
2. Les modes de réception	15
3. Nombre de foyers abonnés à une offre payante de réception multichaînes	18

CHAPITRE 3 LA DISTRIBUTION DES CHAÎNES

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

CHAPITRE 4 L'AUDIENCE DES CHAÎNES

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

CHAPITRE 5 LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE ET CINÉMATOGRAPHIQUE

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

Partie I : résultats économiques du secteur	
1. Bilan financier des chaînes gratuites en 2017	60
2. Bilan financier des chaînes payantes en 2017	68

Partie II : la publicité	
1. Investissements publicitaires bruts sur l'ensemble des chaînes en 2018	79
2. Les dépenses et recettes publicitaires nettes en 2017 et 2018	84

Partie III : l'emploi dans le champ de la télédiffusion	
1. Principales données 2017	86
2. Principales évolutions en 2017	87

CHAPITRE 7 CADRE JURIDIQUE : ACTUALITÉ LÉGISLATIVE EN 2018

1. La directive du 14 novembre 2018 modifiant la directive relative aux services de médias audiovisuels	90
2. La loi n° 2017-1202 du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information	90

ANNEXES	
1. L'origine des films disponibles dans les catalogues de VàD en Europe	94
2. Observatoire de la VàD : la croissance du marché	96
3. Présentation de l'ACCeS	98

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'audiovisuel (CSA), le ministère de la Culture et le Syndicat National de la Publicité Télévisée (SNPTV) se sont à nouveau associés pour publier cette 17^{ème} édition du Guide des chaînes réalisé par l'agence Clair de Lune.

Cette édition 2019, qui porte sur les années 2017 et 2018, comprend l'ensemble des informations disponibles sur l'univers des chaînes françaises.

Pour ce qui est de **l'offre de chaînes**, à la fin 2018, 31 chaînes nationales sont disponibles pour les téléspectateurs de la TNT, dont 29 en haute définition. Parmi ces chaînes, 26 sont accessibles gratuitement et 5 sont payantes. Au 31 décembre 2018, 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 (dont 127 conventionnées) comme à la fin 2017.

Le déploiement des services de télévision de rattrapage s'est poursuivi. Selon le baromètre de la télévision de rattrapage du CNC, en juin 2018, l'offre des chaînes nationales gratuites disponible en télévision de rattrapage sur internet, est constituée de 22 874 heures de programmes. Elle est stable par rapport à mai 2018 (-0,3 %) et en baisse de 1,3 % sur un an. En termes de consommation, en juin 2018, 636,8 millions de vidéos sont visionnées sur les services de TVR du panel (composé de 23 chaînes dont 18 chaînes nationales), soit 21,2 millions de vidéos vues chaque jour. La consommation diminue de 6,7 % par rapport à mai 2018 et progresse de 16,9 % sur un an. 3,9 milliards de vidéos ont été vues en TVR sur les 6 premiers mois de l'année 2018.

En termes d'équipement, les écrans se multiplient au sein des foyers : au deuxième trimestre 2018, le nombre moyen d'écrans permettant de consommer de la vidéo par un foyer français était de 5,6. Le téléviseur demeure et de loin l'écran le plus présent, avec un taux de pénétration dans les foyers de 93,6 % sur cette même période. Néanmoins, ce taux est en lente baisse depuis 2013 (-4,6 %) et la pénétration des ordinateurs, 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 2^{ème} trimestre 2018, 72 % des internautes de 11 ans et plus sont équipés d'un smartphone, contre 66,9 % un an auparavant. La progression de la pénétration des tablettes est elle aussi notable : 48,5 % des foyers sont équipés d'une tablette au deuxième trimestre 2018, contre moins de 5 % en 2011. Le taux de pénétration des ordinateurs dans les foyers continue sa progression pour atteindre 86,1 % des foyers soit un point de plus qu'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 1,9 % en 1 an et 14 % en 5 ans. Cependant, au deuxième trimestre 2018, 51,4 % des foyers métropolitains équipés d'au moins un téléviseur, soit 13,7 millions de foyers, utilisaient la TNT pour regarder la télévision. Au deuxième trimestre 2018, 55,9 % des foyers équipés d'un téléviseur recevaient la télévision grâce aux réseaux d'accès fixe (câble, ADSL, fibre optique), soit une augmentation de 2,8 % en un an. Le nombre d'abonnements couplant internet et télévision continue de progresser. Au deuxième trimestre 2018, le nombre d'abonnements multi-play offrant un service audiovisuel s'élève à 20,4 millions, soit une augmentation de 640 000 abonnements en un an (+2 %). Au deuxième trimestre 2018, 22,5 % des foyers équipés d'au moins un téléviseur disposent d'une réception par satellite gratuite ou payante, soit 6 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 OTT.

En 2018, **la durée d'écoute individuelle** (DEI) de la télévision a baissé par rapport à 2017 : les Français ont passé en moyenne 3 heures et 36 minutes par jour à l'écoute de la télévision, soit une baisse de 6 minutes. Après avoir fortement augmenté de 1996 à 2012, la DEI sur le téléviseur est depuis 2012 en légère baisse, malgré l'évolution de la méthodologie de mesure et son élargissement au différé et à la télévision de rattrapage.

Alors que les chaînes dites « historiques » (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6 et Arte) avaient déjà connu une première période d'érosion de leurs audiences due au développement de la télévision payante, le déploiement de nouvelles chaînes sur la TNT gratuite à partir de 2005 a renforcé cette tendance. Ainsi, la part d'audience agrégée des services historiques passe de 73,2 % en 2009 à 59,3 % en 2018, soit une baisse de 13,9 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 21,3 %. 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 9,3 % en 2018. Du côté des chaînes payantes, la vague de janvier-juin 2018 montre une légère hausse de leur part d'audience par rapport à la vague réalisée un an plus tôt : elle passe ainsi de 12,7 % à 13,1 % sur « l'Ensemble Univers ».

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

En 2017, selon les données du CSA, l'ensemble des dépenses retenues au titre des obligations de production d'oeuvres audiovisuelles et cinématographiques européennes se sont élevées à 1,235 milliard d'euros (contre 1,244 milliard en 2016, soit une baisse de 1 %). Les montants totaux des dépenses retenues au titre des obligations réglementaires en faveur du développement de la production audiovisuelle européenne augmentent de 3,5 % (863,4 M€ contre 834,0 M€ en 2016), alors que celles déclarées au titre de la contribution à la production d'oeuvres cinématographiques européennes baissent de 10 % (371,3 M€ contre 410 M€ en 2016).

En 2017, selon les données du CNC, les chaînes (chaînes gratuites, payantes, locales et services en ligne) ont commandé 4 873 heures de programmes audiovisuels aidés par le CNC, soit un volume stable (+0,2 %). Avec 812,9 M€ d'investissements en 2017, contre 862,5 M€ en 2016, les apports des chaînes sont en baisse de 5,8 % entre 2016 et 2017. Les investissements dans la production audiovisuelle aidée par le CNC des chaînes payantes sont quant à elles stables en 2017 à 91,9 M€ contre 91,8 M€ en 2016. Hors la chaîne Canal+, elles sont en baisse passant de 45,1 M€ en 2016 à 38,4 M€. En 2017, les chaînes nationales gratuites (publiques et privées) financent la production audiovisuelle aidée à hauteur de 696,9 M€ contre 751,9 M€ en 2016.

S'agissant de la production cinématographique 2017, parmi les 300 films agréés par le CNC, les chaînes payantes et gratuites ont financé 193 films (64,3 % des films agréés) dont 165 d'initiative française (165 films dont 150 d'initiative française en 2016), soit 74,3 % des films d'initiative française. A 363,29 M€, les investissements des chaînes progressent en 2017 (+15,3 %) pour un nombre de films financés en hausse de 17 %, soit 28 films de plus.

Pour ce qui est de **l'économie des chaînes**, selon les chiffres du CSA, le chiffre d'affaires de l'ensemble des chaînes nationales étudiées, gratuites et payantes, s'est établi en 2017 à 8 573,4 M€ (contre 8 597,5 M€ en 2016), composé à 67 % de celui des chaînes gratuites et à 33 % de celui des chaînes payantes (dont les chaînes Canal+), diffusées sur la TNT, le câble, le satellite et l'xDSL. En 2017, le chiffre d'affaires réalisé par les chaînes gratuites étudiées est quasiment stable, en hausse de 0,5 % (+36,1 M€) par rapport à 2016. Il s'établit à 5 719,2 M€. Le chiffre d'affaires du groupe France Télévisions, qui s'élève en 2017 à 3 004,4 M€, est quasiment stable (baisse de 0,1 %, soit -3,5 M€). Les ressources publiques qui lui sont allouées représentent 85 % de son chiffre d'affaires en 2017 (soit 2 548,1 M€).

Le chiffre d'affaires des chaînes historiques privées gratuites s'élève en 2017 à 1 848,1 M€, en baisse de 1 % par rapport à 2016 (soit -11,4 M€). Ce mouvement s'explique comme les années précédentes par l'érosion du chiffre d'affaires de TF1 (-32,4 M€, -3 %), M6 parvenant depuis 2 ans à augmenter ses recettes (+2 % en 2016, +3 % en 2017). Le chiffre d'affaires réalisé par les chaînes de la TNT 2005 et 2012 croît de 41 M€ (+5 %). Le chiffre d'affaires de l'ensemble des 81 chaînes payantes étudiées accuse une légère baisse en 2017 (-2 %) et s'établit à 2 854,2 M€ (1 544,0 M€ pour les chaînes Canal+ et 1 310,2 M€ pour les autres chaînes payantes).

En 2018, de source Kantar, les annonceurs ont investi 12 645,6 M€ (données brutes, aux prix tarifs, avant remises et dégressifs) dans la **publicité télévisée** (hors parrainage). En 2018, plus de la moitié des investissements publicitaires bruts des annonceurs (hors parrainage) ont été effectués sur les chaînes historiques (50,6 %), plus d'un tiers sur les nouvelles chaînes TNT (42,0 %) et 7,3 % sur les chaînes numériques payantes.

En termes **d'emplois**, pour la première année, les données relatives à l'emploi couvrent le champ des éditeurs de services de télévision ayant une diffusion nationale. Trois périmètres sont distingués : les 7 chaînes dites « historiques » (TF1, les chaînes du groupe France Télévisions, Canal+, M6 et Arte), les 17 chaînes de la TNT créées en 2005 et 2012 (6ter, BFM TV, Chérie 25, C8, C17, CNews, Gulli, LCP-AN, La chaîne L'Equipe, Public Sénat, NRJ12, RMC Découverte, RMC Story, TF1 Séries Films, TFX, TMC et W9) et 70 chaînes diffusées par câble, satellite, ADSL ou fibre optique. Dans l'ensemble des trois périmètres, ce sont plus de 40 000 personnes différentes qui ont été employées en 2017. Parmi elles, 20 900 en CDI ou CDD de droit commun, 16 000 intermittents et 3 400 pigistes. 43 % de femmes composent ces effectifs, 47 % parmi les effectifs en CDI ou CDD de droit commun, 37 % parmi les intermittents et 44 % parmi les pigistes.

Ces emplois représentent 1,2 milliard d'euros de masse salariale brute, dont plus de 1 milliard pour les CDI ou CDD de droit commun, 114 M€ pour les intermittents et 31 M€ pour les pigistes. 41 % de cette masse salariale est imputée aux effectifs féminins, 41 % de la masse salariale CDI/CDD de droit commun, 32 % de celle des intermittents et 46 % parmi les pigistes.

Le chapitre emploi traite également de l'ouverture des négociations afin de parvenir à une convention collective couvrant une branche constituée de l'ensemble des chaînes de télévision. C'est la conséquence de la loi n°2016-1088 du 8 août 2016 relative au travail, à la modernisation du dialogue social et à la sécurisation des parcours professionnels, dite « loi El Khomri », et l'ordonnance n°2017-1385 du 22 septembre 2017 qui déterminent les conditions dans lesquelles la restructuration des branches professionnelles voulue par les pouvoirs publics doit s'opérer.

Consacré au **cadre juridique**, le chapitre 7 présente l'actualité juridique 2018 : la directive du 14 novembre 2018 modifiant la directive relative aux services de médias audiovisuels et la loi n°2018-1202 du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information.

En **annexes**, le Guide présente cette année deux analyses sur les films disponibles dans les catalogues de VàD en Europe et sur la croissance du marché de la VàD en France.

Dernière partie du Guide, les **fiches chaînes**, au nombre de 127, ont été actualisées à fin 2018.

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 et de la Communication. Il assure l'unité de conception et de mise en œuvre de la politique de l'Etat dans les domaines du cinéma et des autres arts et industries de l'image animée, notamment ceux de l'audiovisuel, de la vidéo et du multimédia dont le jeu vidéo.

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

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

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

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

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) du ministère de la Culture 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.

Vertigo : institut d'études spécialisé dans les médias.

L'OFFRE DE CHAÎNES

A la fin de l'année 2018, 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, 127 chaînes conventionnées et 86 chaînes déclarées.

1. LES CHAÎNES DE LA TNT

A la fin de 2018, 31 chaînes nationales sont à la disposition des téléspectateurs de la TNT (dont 29 en version haute définition). 26 de ces chaînes sont accessibles gratuitement et cinq sont payantes.

CHAÎNES GRATUITES ET PAYANTES DE LA TNT (au 31 décembre 2018)

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

Source : CSA

* Chaînes qui ne sont pas diffusées en HD.

2. LES CHAÎNES PAYANTES NATIONALES CONVENTIONNÉES ET DÉCLARÉES

Au 31 décembre 2018, 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, xDSL, FTTx).

CHAÎNES CONVENTIONNÉES OU DÉCLARÉES POUR UNE DIFFUSION SUR LE CÂBLE, LE SATELLITE, L'XDSL OU LE FTTX (au 31 décembre 2018)

Chaînes conventionnées127

Chaînes déclarées.....86

TOTAL213

Durant l'année 2018, le CSA a conclu dix conventions avec de nouvelles chaînes et quatre chaînes ont bénéficié du régime déclaratif ⁽³⁾.

⁽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'xDSL, le FTTx ou sur réseau mobile.

Un service de télévision déclaré est un service n'utilisant pas de fréquence assignée par le CSA et dont le budget annuel est inférieur à 150 000 €. Une simple déclaration doit être déposée auprès du CSA préalablement à la diffusion du service par le câble, le satellite, l'ADSL, le FTTx ou sur réseau mobile.

⁽³⁾ Hors services temporaires.

NOUVELLES CHAÎNES NATIONALES CONVENTIONNÉES OU DÉCLARÉES AUPRÈS DU CSA EN 2018

CHAÎNES CONVENTIONNÉES	CHAÎNES DÉCLARÉES
Cheval TV Clique TV Cinésalt Créolive TV CStar Hits France ES1 Noa Outre-Mer News TV RMC Sport 3 UOne TV	Dream TV Sport TV Star 24 TV Vibes TV

Source : CSA.

Quatorze chaînes ont résilié leur convention en 2018 : 314 TV, CinéFX, CinéPolar, DisneyXD, Eurosport News, Girondins TV, La Chaîne Accordéon, L'Enorme TV, MCE Ma Chaîne Etudiant, OFive TV, OM TV, Sports TV, Star 24 TV, Vivolta.

3. LES CHAÎNES PAYANTES DIFFUSÉES EN FRANCE EN 2018

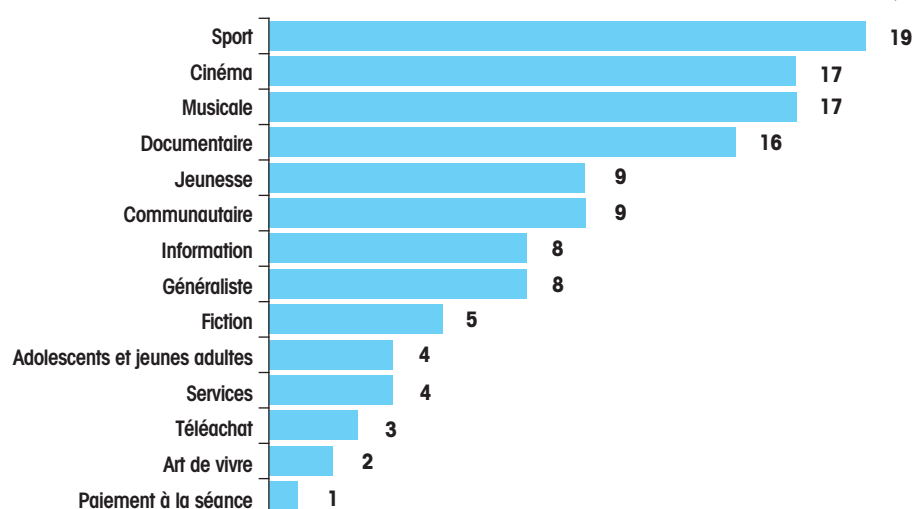
Au 31 décembre 2018, 122 chaînes nationales payantes autorisées ou conventionnées sont diffusées en France métropolitaine ⁽⁴⁾.

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 graphique ci-dessous classe par thématique les chaînes nationales payantes numériques diffusées en France métropolitaine à la fin de 2018, qu'elles soient autorisées ou conventionnées ⁽⁵⁾.

CHAÎNES NATIONALES PAYANTES CONVENTIONNÉES OU AUTORISÉES DIFFUSÉES EN MÉTROPOLITAIN, RÉPARTIES PAR THÉMATIQUE (au 31 déc. 2018)



Source : CSA.

⁽⁴⁾ 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.

⁽⁵⁾ Ne sont pas prises en compte les chaînes conventionnées exclusivement diffusées sur internet, les chaînes qui ont une convention temporaire et les chaînes bénéficiant du régime déclaratif.

4. LA TÉLÉVISION DE RATRAPAGE (TVR)

REMARQUES MÉTHODOLOGIQUES

Le baromètre de la télévision de rattrapage du CNC rassemble des données sur l'offre, la consommation et le public de la télévision de rattrapage. L'analyse de l'offre, réalisée pour le CNC par www.tv-replay.fr, présente l'offre de programmes de 23 chaînes nationales disponibles en TVR sur internet, en nombre de vidéos et en volume horaire. L'analyse de la consommation est produite par NPA Conseil et GfK associées à Canal+ Régie, France Télévisions Publicité, M6 Publicité Digital, TF1 Publicité Digital et Lagardère Publicité à partir des données de Médiamétrie eStat streaming, Comscore Digital Analytix, Omniture, Flurry Analytics et des données en provenance des opérateurs. Le baromètre est constitué par les résultats des 23 chaînes suivantes : Canal+, CNews, C8, CStar ; Outre-Mer 1^{ère}, France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô ; M6, W9, Paris Première, Téva, 6ter ; TF1, LCI, TMC, TFX, TF1 Séries Films ; Gulli, 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.

L'OFFRE

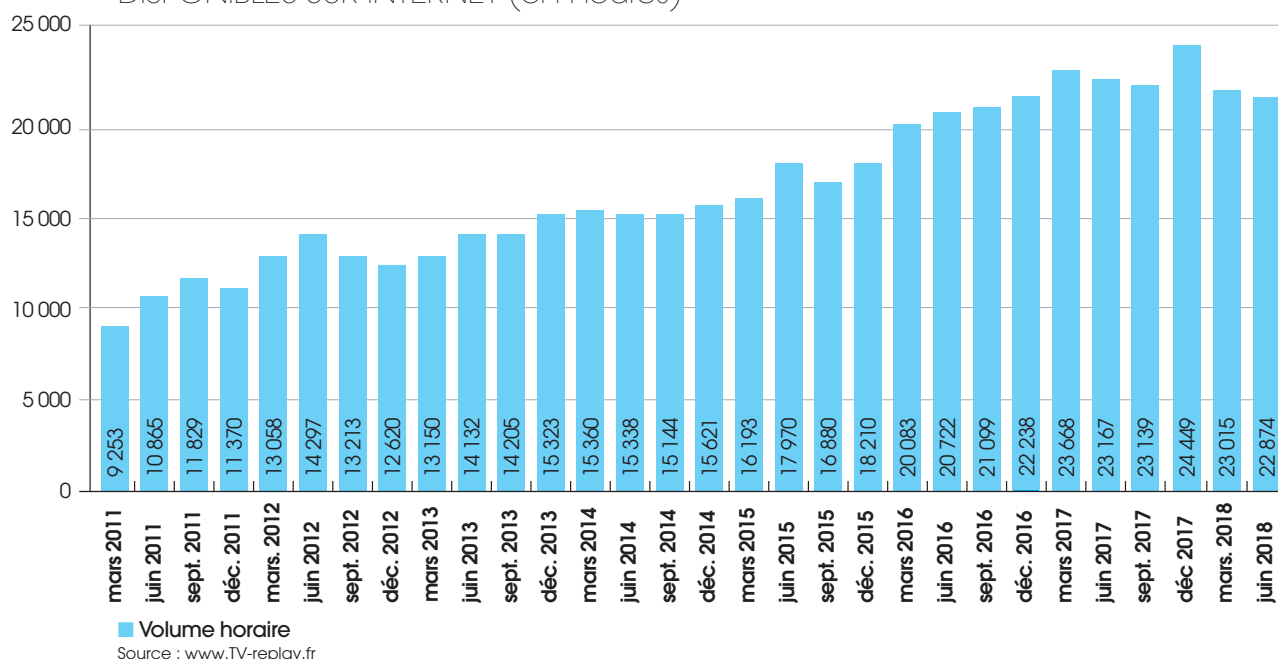
Selon le baromètre de la télévision de rattrapage du CNC, en juin 2018, l'offre des chaînes nationales gratuites disponible en télévision de rattrapage sur internet est constituée de 22 874 heures de programmes. Elle est stable par rapport à mai 2018 (-0,3 %) et en baisse de 1,3 % sur un an (-2,9 % pour les chaînes historiques et -0,2 % pour les chaînes TNT/TNT HD).

Entre mai et juin 2018, l'offre diminue de 0,4 % à 19 421 heures pour les programmes de flux alors qu'elle progresse de 0,5 % à 3 454 heures pour les programmes de stock. L'animation, le documentaire, la fiction et le cinéma constituent ainsi 15,1 % de l'offre de TVR en juin 2018. Les principales offres sont proposées par TF1, M6 et France Ô pour la fiction, par France 4, Gulli et France 3 pour l'animation et par RMC Découverte, France 5 et Public Sénat pour le documentaire.

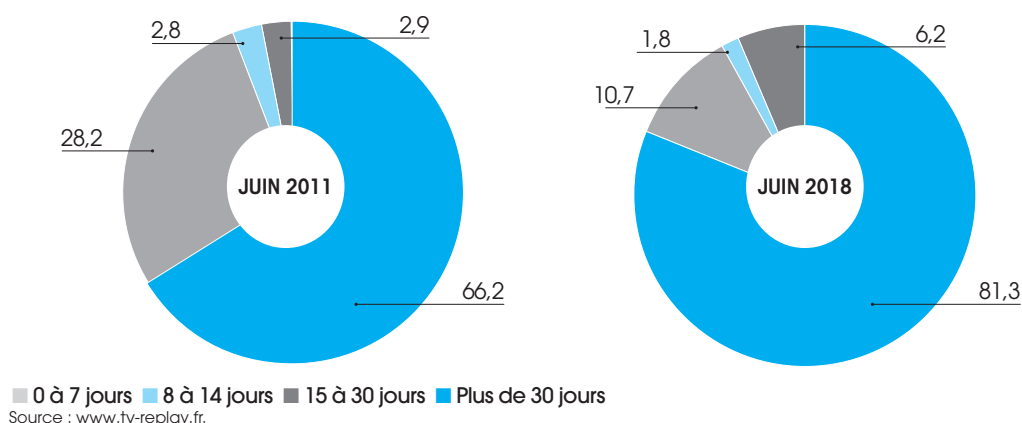
En juin 2018, la fiction française compose 37,5 % de l'offre de fiction proposée en TVR, contre 29,6 % pour la fiction américaine, 7,7 % pour la fiction européenne non française et 25,2 % pour la fiction d'autres nationalités.

10,7 % de l'offre totale de TVR est disponible entre 0 et 7 jours (2 451 heures). 81,3 % des programmes sont consultables plus de 30 jours (18 587 heures).

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



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



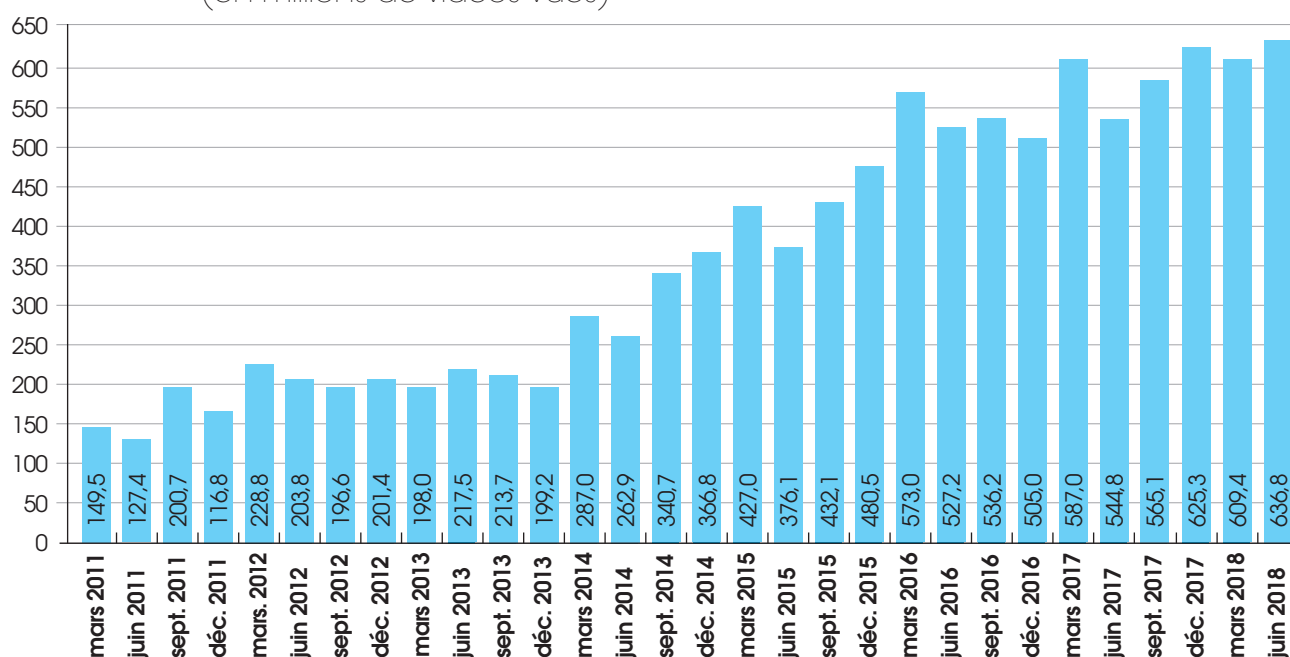
LA CONSOMMATION

En juin 2018, 636,8 millions de vidéos sont visionnées sur les services de TVR du panel (composé de 23 chaînes dont 18 chaînes nationales), soit 21,2 millions de vidéos vues chaque jour. La consommation diminue de 6,7 % par rapport à mai 2018 et progresse de 16,9 % sur un an. 3,9 milliards de vidéos ont été vues en TVR sur les six premiers mois de 2018.

La consommation de télévision en ligne, qui inclut la télévision de rattrapage ainsi que les bonus et la consommation des chaînes en direct sur les supports autres que la télévision, totalise 735,1 millions de vidéos vues en juin 2018 (-6,0 % sur un mois et +12,2 % sur un an) et 4,6 milliards de vidéos visionnées depuis le début de l'année. Le téléphone mobile se place en première position en termes de consommation avec 39,7 % des vidéos vues en juin pour le téléphone contre 25,0 % pour le téléviseur. Les programmes jeunesse, le documentaire, la fiction et le cinéma totalisent 55,6 % des vidéos visionnées.

Les meilleures audiences de télévision en ligne sont réalisées par *Demain nous appartient* pour le groupe TF1, *Plus belle la vie* pour le groupe France Télévisions, *CNews* pour le groupe Canal+, *Moundir et les apprentis aventuriers* pour le groupe M6 et *Franky* pour le groupe Lagardère Active.

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



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

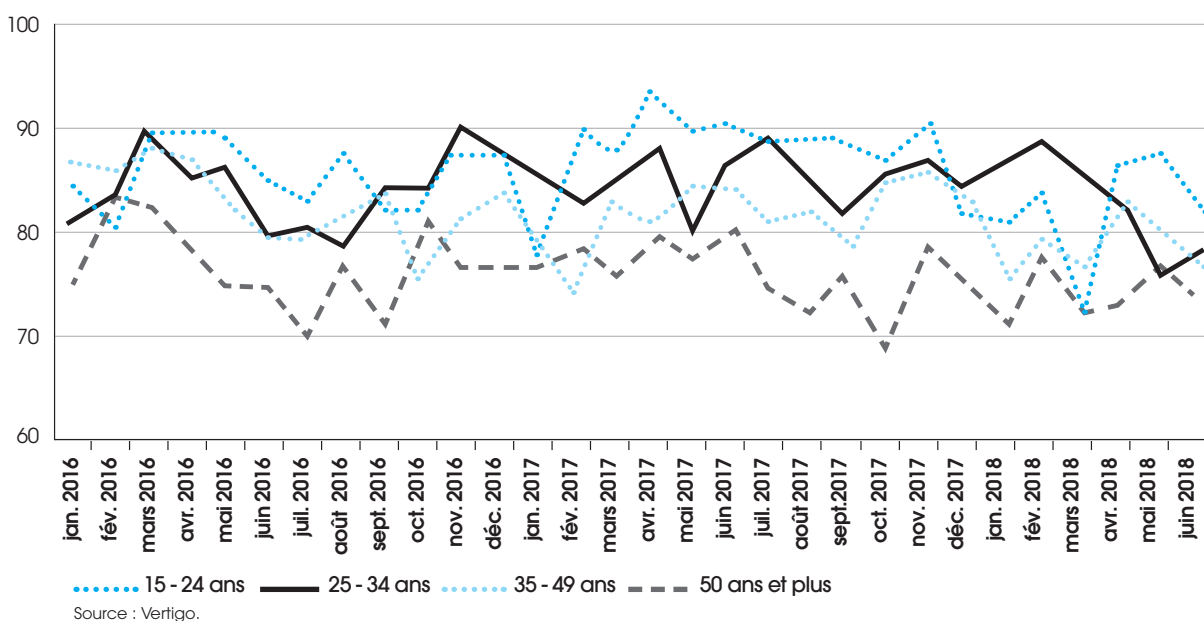
LE PUBLIC

75,9 % des internautes âgés de 15 ans et plus interrogés en juin 2018 déclarent avoir regardé des programmes en TVR au cours des 12 derniers mois (-2,6 points par rapport à mai 2018). La pénétration de la TVR s'élève à 81,6 % chez les 15-24 ans, 83,8 % chez les CSP+ et 79,0 % en région parisienne. 54,2 % du public regarde des programmes en TVR au moins une fois par semaine, 27,1 % au moins une fois par mois et moins d'une fois par semaine et 18,7 % moins d'une fois par mois.

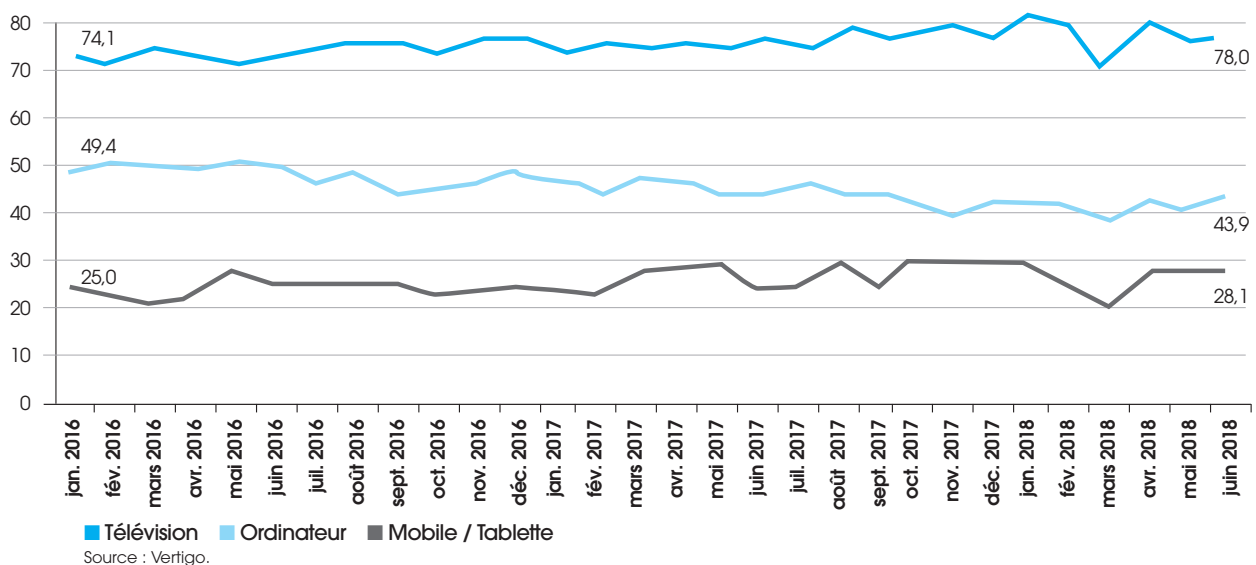
Sur les 30 derniers jours, la pénétration de la TVR s'établit à 68,6 % des internautes en juin 2018 (-3,7 points par rapport à mai 2018). 78,0 % des utilisateurs regardent des programmes en TVR sur un téléviseur, 43,9 % sur un ordinateur, 28,1 % sur un appareil mobile dont 15,7% sur une tablette et 17,4 % sur un téléphone.

93,8 % du public regarde en TVR des programmes des chaînes historiques, 35,4 % des programmes des chaînes TNT et 20,8 % des programmes des chaînes TNT HD. TF1 est la chaîne la plus regardée en TVR (61,5 % du public) devant M6 (45,2 %) et France 2 (29,2 %). Parmi les chaînes TNT, la première place est occupée par W9 (17,6 %) devant TMC (9,6 %).

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



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



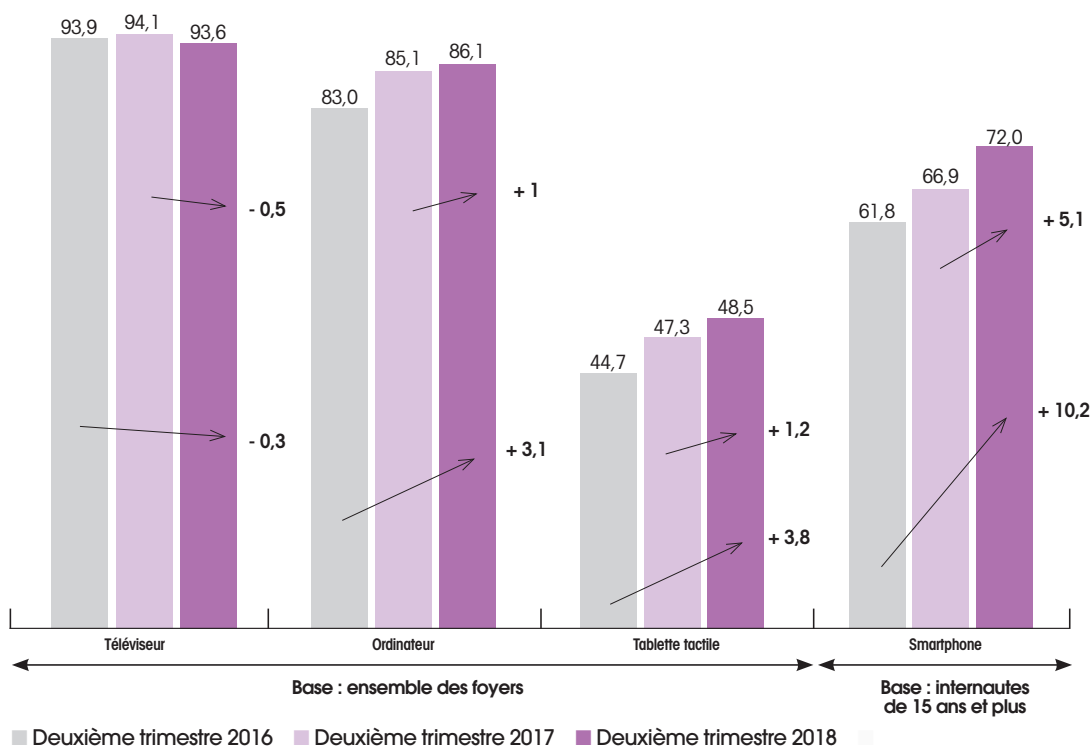
En juin 2018, 78,0 % des utilisateurs regardent des programmes en télévision de rattrapage sur un téléviseur, 43,9 % sur un ordinateur et 28,1 % sur un appareil mobile.

LES MODES DE RÉCEPTION DE LA TÉLÉVISION EN FRANCE

1. LE MARCHÉ DES RÉCEPTEURS

Les écrans se multiplient au sein des foyers : au deuxième trimestre 2018, le nombre moyen d'écrans permettant de consommer de la vidéo était de 5,6 par foyer ⁽¹⁾.

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



Le téléviseur demeure toutefois de loin l'écran le plus présent, avec un taux de pénétration dans les foyers de 93,6 % sur cette même période ⁽²⁾. Néanmoins, ce taux est en baisse lente depuis 2013 (-4,6 %) quand la pénétration des ordinateurs, et surtout celle des tablettes et des smartphones ⁽³⁾, est en constante progression.

Au deuxième trimestre 2018, 72 % des internautes de 11 ans et plus sont équipés d'un smartphone, contre 66,9 % un an auparavant. La progression de la pénétration des tablettes est elle aussi notable : au deuxième trimestre 2018, 48,5 % des foyers sont équipés d'une tablette, contre moins de 5 % en 2011. Après une phase d'expansion massive jusqu'à fin 2013, la croissance de la pénétration des tablettes au sein des foyers a progressivement ralenti ; elle est de 2,5 % entre les deuxièmes trimestres 2017 et 2018. Le taux de pénétration des ordinateurs continue sa progression pour atteindre 86,1 % de foyers, soit un point de plus qu'un an auparavant ⁽⁴⁾.

Le développement de la consommation de programmes audiovisuels sur d'autres écrans que le téléviseur se poursuit : chaque jour, 5 millions de français de 4 ans et plus (soit 11 % des 44,6 millions de téléspectateurs quotidiens de 4 ans et plus) regardent des programmes de télévision (en direct ou en rattrapage) sur un autre écran que le téléviseur (ordinateur, tablette ou smartphone) ⁽⁵⁾. Cette tendance est principalement portée par les jeunes générations et les catégories CSP+ qui s'équipent de moins en moins en téléviseur au profit d'écrans alternatifs permettant notamment la consommation de contenus audiovisuels en mobilité.

Toutefois, le téléviseur reste le premier écran de consommation de programmes audiovisuels : il concentre 91 % du temps vidéo consacré aux programmes TV chez les 15 ans et plus ⁽⁶⁾.

⁽¹⁾ ⁽⁴⁾ Médiamétrie pour CSA, DGE, DGMIC et ANFR. *Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers*, S1 2018.

⁽²⁾ *Ibid.*

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

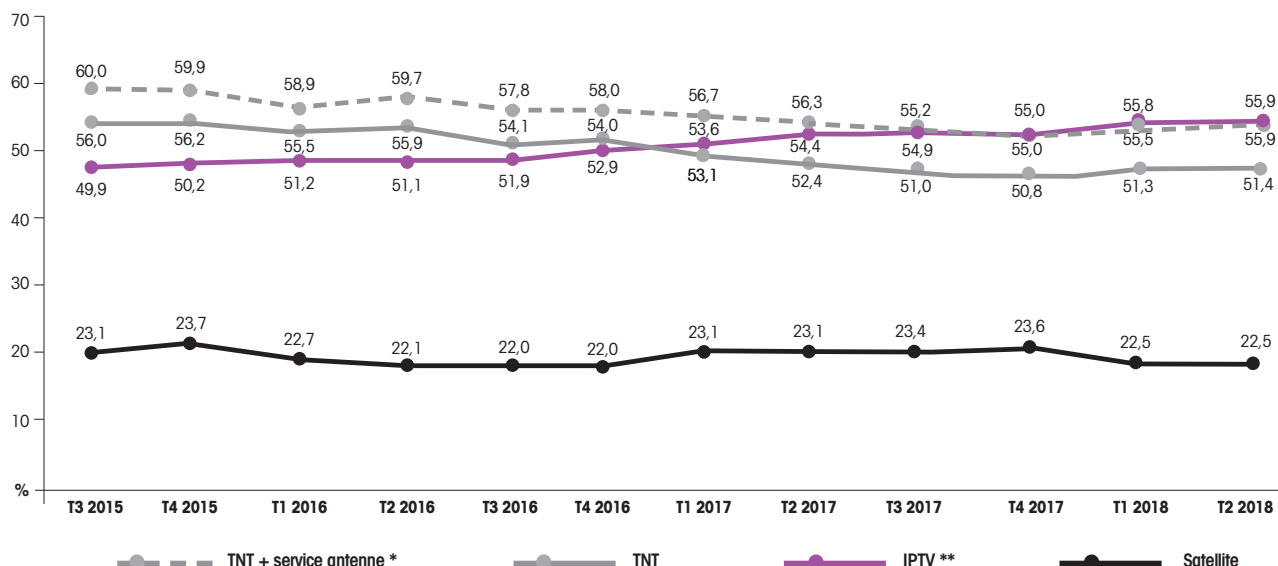
⁽⁵⁾ Source : Médiamétrie. *Global TV*. Avril-juin 2018.

⁽⁶⁾ Source : Médiamétrie. *L'année TV 2017*.

2. LES MODES DE RÉCEPTION

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

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



Source : Médiamétrie pour CSA, DGE, DGMIC et ANFR. *Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers, S1 2018*, 21 novembre 2018.

* 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

Mode hertzien terrestre (Télévision Numérique Terrestre)

La télévision numérique terrestre (TNT) poursuit depuis plusieurs années une tendance à la baisse : elle a perdu 1,9 % en un an et 14 % en 5 ans. Cependant, au deuxième trimestre 2018, 51,4 % des foyers métropolitains équipés d'au moins un téléviseur, soit 13,7 millions de foyers, utilisaient toujours la TNT pour regarder la télévision. En outre, 23,5 % des foyers équipés d'au moins un téléviseur, soit 6,2 millions de foyers, regardent la télévision exclusivement par la TNT ⁽⁷⁾. Ce taux recouvre des disparités géographiques : certaines régions métropolitaines connaissent un taux de réception TNT exclusive supérieur à la moyenne nationale (jusqu'à près de 35 % ⁽⁸⁾).

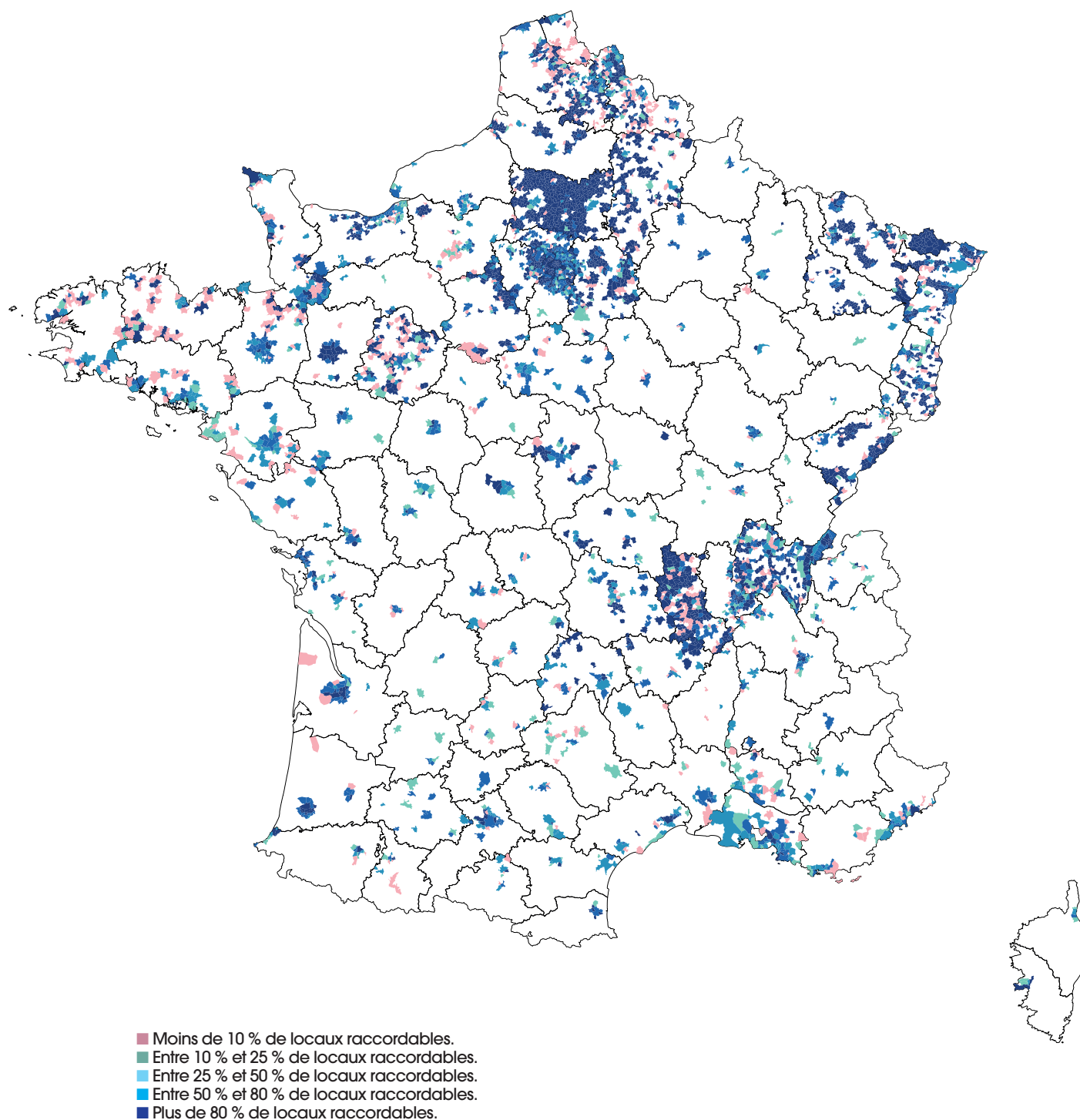
La réception exclusive de la TNT suit une légère tendance à la baisse depuis plusieurs années (illustrée par le passage de 23,6 % à 23,5 % des foyers équipés TV entre les premier et deuxième trimestres 2018), là où la combinaison TNT/IPTV suit une tendance en sens inverse (passage de 19 % à 19,7 %), laissant penser que les foyers ne se désengagent pas de la TNT mais plutôt la combinent avec un autre mode de réception ⁽⁹⁾.

⁽⁷⁾ Médiamétrie pour CSA, DGE, DGMIC et ANFR. *Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers, S1 2018*.

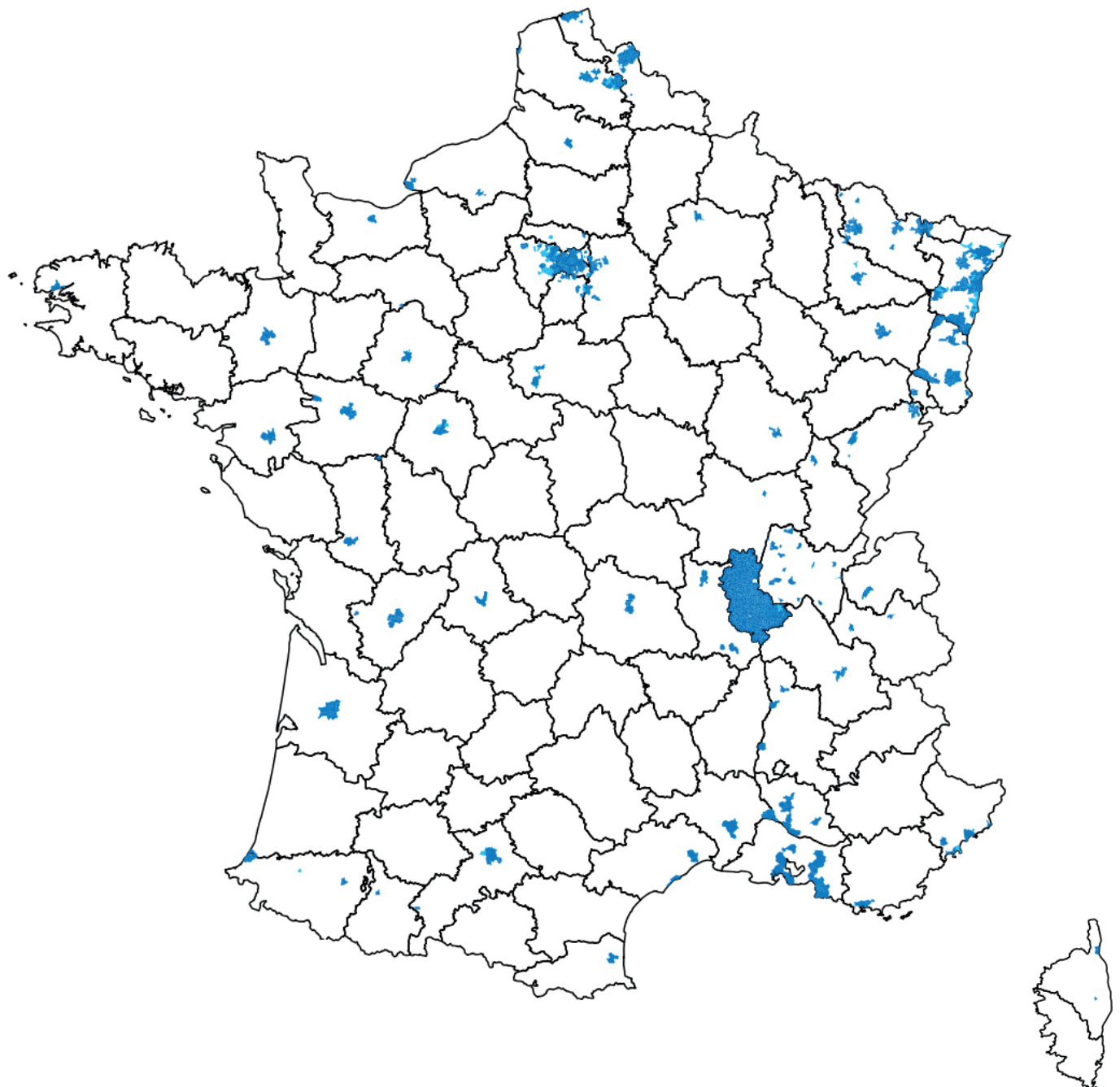
⁽⁸⁾ Ce taux a été calculé au quatrième trimestre 2017 et n'a pu être mis à jour au deuxième trimestre 2018. Aucun changement structurel n'est intervenu permettant de présager une évolution des constats. Source : Médiamétrie pour CSA, DGE, DGMIC et ANFR. *Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers, S1 2017*.

⁽⁹⁾ Médiamétrie pour CSA, DGE, DGMIC et ANFR. *Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers, S1 2018*.

DÉPLOIEMENT DES RÉSEAUX EN FIBRE OPTIQUE JUSQU'À L'ABONNÉ AU 31 DÉCEMBRE 2018



DÉPLOIEMENT DES RÉSEAUX À TERMINAISON EN CÂBLE COAXIAL (THD) AU 30 SEPTEMBRE 2018



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

Source : ARCEP. Observatoire des marchés des communications électroniques.
Services fixes haut et très haut débit : abonnements et déploiements. T2 2018. 13 septembre 2018.

Câble, ADSL et fibre optique

Au deuxième trimestre 2018, 55,9 % des foyers équipés d'un téléviseur recevaient la télévision grâce aux réseaux d'accès fixe, soit une augmentation de 2,8 % 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 2018, 11,7 millions de logements sont éligibles au très haut débit en fibre de bout en bout (première carte de la page précédente), 9,2 millions de logements sont éligibles au très haut débit à terminaison en câble coaxial (deuxième carte) et 5,9 millions sont éligibles au VDSL2 ⁽¹⁰⁾.

Sur la base d'un débit internet minimum de 8 Mbits/s nécessaire pour recevoir la télévision par internet en haut standard ⁽¹¹⁾, près de 71 % des lignes offrent la possibilité d'accéder à des services audiovisuels dans le cadre d'un abonnement internet fin 2016 ⁽¹²⁾.

Le nombre d'abonnements couplant internet et la télévision continue ainsi de progresser. Au deuxième trimestre 2018, le nombre d'abonnements multi-play offrant un service audiovisuel s'élève à 20,4 millions, soit une augmentation de 640 000 abonnements en un an (+2 %). Près de 70 % de ces accès sont fournis à l'utilisateur à partir d'une ligne en cuivre (ADSL, ADSL+, VDSL2) ⁽¹³⁾.

Réception hertzienne satellitaire

Au deuxième trimestre 2018, 22,5 % des foyers équipés d'au moins un téléviseur disposent d'une réception gratuite ou payante par satellite, soit 6 millions de foyers.

Après une légère tendance à la hausse en 2017, le taux global de réception hertzienne satellitaire est reparti à la baisse début 2018, pour atteindre son niveau d'il y a deux ans. Sur le plus long terme, la réception satellite tend globalement à se stabiliser depuis fin 2015, aux alentours de 22,5 % de foyers équipés d'au moins un téléviseur.

La réception du satellite payant, après un léger regain fin 2017, continue sa baisse tendancielle et retrouve au deuxième trimestre 2018 son niveau d'un an auparavant, à hauteur de 8,4 % des foyers équipés en téléviseur(s).

Le satellite gratuit poursuit sa légère tendance à la hausse pour atteindre 14,1 % des foyers équipés en téléviseur(s).

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

Le Conseil supérieur de l'audiovisuel estime que le nombre de foyers de France métropolitaine ayant souscrit à une offre d'accès payante à la télévision atteint, au deuxième trimestre 2018, 17,2 millions de foyers (+410 000 par rapport au deuxième trimestre 2017), soit 64,3 % des foyers équipés d'au moins un téléviseur (+1,5 point) ⁽¹⁴⁾.

RÉPARTITION PAR SUPPORT DES FOYERS ABONNÉS À UNE OFFRE PAYANTE DE TÉLÉVISION AU DEUXIÈME TRIMESTRE 2018 (hors TNT payante)

Supports	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	15,0	55,9 %
TOTAL	17,2	64,3 %

Source : Médiamétrie pour CSA, DGE, DGMIC et ANFR.
Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers. S1 2018. 21 novembre 2018.

⁽¹⁰⁾ Version améliorée de l'ADSL, pouvant offrir des débits supérieurs à 30 Mbit/s. Source : ARCEP. *Observatoire des marchés des communications électroniques. Services fixes haut et très haut débit : abonnements et déploiements. 2^{ème} trimestre 2018.*

⁽¹¹⁾ Ce seuil ne préjuge pas des consommations internet annexes pouvant être effectuées simultanément au visionnage de la télévision sur le téléviseur. Source : ARCEP. Consultation publique du 27 juillet au 22 septembre 2017. *Analyse du marché 3b : marché pertinent du haut et du très haut débit fixe.*

⁽¹²⁾ Estimation CSA sur la base de données de l'ARCEP (2016, dernière année disponible).

⁽¹³⁾ Source : ARCEP. *Observatoire des marchés des communications électroniques. Services fixes haut et très haut débit : abonnements. 2^e trimestre 2018.* Données en open data mises à jour le 5 juillet 2018.

⁽¹⁴⁾ Médiamétrie pour CSA, DGE, DGMIC et ANFR. *Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers. S1 2018.*

LA DISTRIBUTION DES CHÂÎNES

1. LES OFFRES DISPONIBLES EN MODE HERTZIEN TERRESTRE NUMÉRIQUE

Au 31 décembre 2018, 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⁽¹⁾) et l'ensemble des chaînes payantes (sauf Paris Première).

CHAÎNES DIFFUSÉES EN NUMÉRIQUE TERRESTRE (au 31 décembre 2018)

LES CHAÎNES NATIONALES PUBLIQUES GRATUITES	LES CHAÎNES NATIONALES PRIVÉES GRATUITES	LES CHAÎNES NATIONALES PAYANTES
France 2 France 3 France 4 France 5 France Ô La Chaîne Parlementaire (Public Sénat et LCP-AN) Arte franceinfo:	TF1 M6 W9 C8 BFMTV CNews CStar NRJ12 TMC TFX Gulli TF1 Séries Films 6ter RMC Story RMC Découverte Chérie 25 LCI La chaîne l'Équipe	Canal+ ⁽¹⁾ Canal+ Cinéma Canal+ Sport Planète+ Paris Première

Source : CSA.

2. LES OFFRES DISPONIBLES PAR SATELLITE ⁽²⁾

LES OFFRES GRATUITES

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

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

OFFRES	DÉTAIL DE L'OFFRE	COMPOSITION DU PACK	REMARQUES
FRANSAT	- Les 27 chaînes gratuites de la TNT et les 24 chaînes régionales de France 3 ; 11 chaînes supplémentaires en français, thématiques et locales (RT France, TV5 Monde, KTO, QVC, MB Live TV, DiCi TV, Via Vosges, ETB1, ETB3, Berbère TV et Label TV) ; 19 radios généralistes et thématiques nationales et internationales et les radios locales France Bleu.	Un décodeur HD TV satellite obligatoirement labellisé FRANSAT parmi la centaine de modèles proposés et 1 carte d'accès FRANSAT.	Il est nécessaire de posséder une parabole orientée vers le satellite Eutelsat SWA.
TNTSAT	- Les 27 chaînes gratuites de la TNT et les 24 chaînes régionales de France 3 ; 6 chaînes supplémentaires en français (France 24, Euronews, TV5 Monde, BFM Business, CCTV, M6 Bouftique) ; 35 radios françaises dont la quasi-totalité de la bande FM française ; - des centaines de TV et radios internationales.	Un décodeur TV satellite obligatoirement labellisé TNTSAT parmi la centaine de modèles proposés et 1 carte TNTSAT.	Il est nécessaire de posséder une parabole orientée vers le satellite ASTRA 1.

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

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

⁽²⁾ Les informations sur les offres (structure des offres, nombre de chaînes, tarifications...) contenues dans ce chapitre proviennent des sites internet des opérateurs au 31 janvier 2019.

LES OFFRES PAYANTES

OPÉRATEUR	OFFRE	PRIX
BIS TÉLÉVISIONS (AB GROUP)	- Offre Panorama dont : - toutes les chaînes de la TNT ; - une sélection de chaînes du satellite ; - 500 chaînes TV et radios internationales (diffusées via Eutelsat et le décodeur) ; - offre CinéSport : 4 chaînes ; - offre Night : 2 chaînes ; - offre belN SPORTS : 3 chaînes.	- Option Panorama : 4,99 €/mois ; - option CinéSport : 4,99 €/mois ; - option belN SPORTS : 14,99 €/mois ; - option Night : 4,99 €/mois (les offres peuvent être combinées) ; - offre Ultimium : Panorama + CinéSport + Night : 13,99 €/mois.
FRANSAT (EUTELSAT) ET BIS TÉLÉVISIONS	- Le pack « Cinéma » : OCS, SFR Ciné Séries (Altice Studio, SFR Play (VàD/SVàD), Sundance TV, Paramount Channel, TCM, Action) ; - le pack « Sport » : belN SPORTS, RMC Sport ; - le pack « Musique » : Melody Vintage forever ; - le pack « Jeunesse » : Boing, Boomerang, Toonami, Canal J, Tiji ; - le pack « Famille » : Bis TV (18 chaînes thématiques possibles, avec les options Panorama ; CinéSport ; Night).	- Le pack « Cinéma » : 12 ou 10 €/mois selon les chaînes souhaitées ; - le pack « Sport » : 14,99 €/mois pour belN SPORTS et 19 €/mois pour RMC Sport ; - 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.
TV D'ORANGE	Offre accessible avec le décodeur UHD 87 SAT, UHD 90 ou UHD 90 slim, et une antenne satellite orientée vers Astra : - de nombreuses chaînes françaises et internationales dont toutes les chaînes de la TNT ; - vidéo à la demande ; - TV à la demande (replay) ; - TV en Haute Définition ; - TV d'Orange sur ordinateur, smartphone, tablette via l'application. En option : - des bouquets de chaînes thématiques ; - un enregistreur TV ; - le multi TV (il est possible d'avoir un second décodeur pour un second poste).	- Les bouquets de chaînes thématiques disponibles en option coûtent entre 4,99 € et 21 €/mois ; - Un bouquet « intense » réunissant l'ensemble des bouquets proposés coûte 49 €/mois.
CANAL+	Ces offres peuvent être reçues par le satellite, la TNT, le réseau internet, le câble ou l'ADSL/Fibre : - le pack principal : Canal+ et Canal+ Décalé ; - les packs thématiques (accessibles sous réserve d'être abonné au pack principal) : - les chaînes Canal+ Family et plus de 50 chaînes pour toute la famille, dont : - des chaînes jeunesse (Disney Junior, Disney XD, Disney Channel (+1), Nickelodeon (+1), Nickelodeon Junior, Nickelodeon Teen, Télétoon+ (+1), Pivi+, Cartoon Network, Boomerang, Boing, Canal J, Tiji, Toonami) ; - des chaînes de séries et de divertissement (Comédie+, Novelas+, Polar+, WB TV, Série Club, Elle TV, MCM, TV Breizh, Paris Première, Téva, MTV, GameOne, RTL9, AB1, Mangas TV, Non Stop People) ; - des chaînes découverte (Planète+, Planète+ A&E, Planète+ CI, Viceland, Voyage, National Geographic, Nat Geo Wild, histoire, Toute l'Histoire, Sciences & Vie TV, Ushuaïa TV, Museum, MB Live TV) ; - des chaînes « musique, style de vie et TV perso » : La Chaîne Météo, Trace Urban, Clique TV, RFM TV, NRJ Hits, M6 Music, MyZen TV, CStar Hits France, Deutsche Gramophon TV ; - les 4 chaînes exclusives Canal+ : Canal+ Cinéma, Canal+ Séries, Canal+ Sport, Canal+ Family ; - les chaînes Ciné Séries : Canal+ Cinéma, Canal+ Séries, Ciné+ Premier, Ciné+ Emotion, Ciné+ Club, Ciné+ Frisson, Ciné+ Famiz, Ciné+ Classic), 4 chaînes OCS, Disney Cinema, WB TV, TMC Cinéma, Polar+, Série Club, Paramount Channel, Action, Sundance TV, catalogue Fox Play (CanalPlay est inclus dans cette offre) ; - les chaînes Sport : Canal+ Sport, belN SPORTS (1, 2 et 3), Eurosport, OLV, Onzéo, Girondins TV, AutoMoto, Infosport+, Equidia, Extrême Sport Channel, Foot+, Rugby+, Golf+ ; - L'Intégrale : l'intégrale des programmes, chaînes et options Canal dans toutes les thématiques (Hors Pass XXL Dorcel VOD, Pass PINK X et Studio+) soit les 6 chaînes Canal+, plus de 90 chaînes sport, cinéma, séries, jeunesse, découverte, etc, ainsi que toutes les chaînes en option incluses, les programmes sur 2 écrans TV avec les décodeurs CANAL et jusqu'à 2 écrans mobiles en simultané ; - Panorama : plus de 60 chaînes thématiques (mais sans les chaînes Canal+) avec les thèmes Divertissement (Comédie+, Série Club, Polar+, MTV, Elle TV, Non Stop People, MCM, Game One, WB TV, J One, Mangas, AB1, TV Breizh, NovelasTV, Téva, Paris Première, RTL9, BET), Sport (Infosport+, Eurosport 1, Eurosport 2, AutoMoto, OLV, Onzéo, Equidia) et Découverte (Planète+, Planète A&E, Planète CI, Voyage, National Geographic, NatGeo Wild, Ushuaïa TV, Toute l'Histoire, histoire). Sur le satellite uniquement : - Offre RMC Sport (soit RMC Sport 1, 2, 3, 4 et RMC Sport News).	- Le pack principal : Canal+ et Canal+ décalé pour 19,90 €/mois pendant 24 mois ou 24,90 €/mois pendant 12 mois, avec une option Multisports 10 €/mois ; - les packs thématiques (accessibles sous réserve d'être abonné au pack principal) : - les chaînes Family à 10 €/mois pendant 12 mois ⁽³⁾ ; - les chaînes Canal+ à 15 €/mois pendant 12 mois ⁽⁴⁾ ; - les chaînes Ciné Séries à 20 €/mois pendant 12 mois ⁽⁵⁾ ; - les chaînes Sport à 30 €/mois pendant 12 mois ou à 20 €/mois pendant 24 mois (promo) ; en option : l'Équipe ⁽⁶⁾ à 9,99 €/mois ; - Options Canal à la carte : - Options « service » (flux supplémentaires sur MYCANAL) ; - Sport : chaînes entre 15 € et 20 €/mois ; - Musique : chaînes entre 2 € et 4,5 €/mois ; - Séries, cinéma : Disney Cinéma pour 8 €/mois ; - Africa pour 4 €/mois ; - Découverte de 4 € à 7 €/mois ; - Jeunesse : Babay TV pour 2 €/mois ; - option Canal Crescendo : chaînes Découverte, Extrême, Musique pour 12 €/mois ou 15 €/mois avec les chaînes adultes ; - option +18 ans de 8 à 20 €/mois ; - CanalPlay est disponible pour un usage sur TV, ordinateur, tablette et smartphone à 9,99 €/mois ; - L'Intégrale : à 109,90 €/mois pendant 12 mois ou à 69,90 €/mois pendant 24 mois ; - Panorama : offre non compatible avec le pack principal Canal+ et les packs thématiques ; 19,90 €/mois pendant 24 mois ou 24,90 €/mois pendant 12 mois. Sur le satellite uniquement en sus du pack principal : - offre RMC Sport : 19 €/mois (gratuit dans l'offre Intégrale)
TNTSAT	Offres avec les chaînes Canal+ telles que présentées ci-dessus (avec Le Cube).	

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

⁽³⁾ Cette offre est en promotion à 5 € par mois pendant 24 mois au 12/02/19.

⁽⁴⁾ Idem.

⁽⁵⁾ Idem.

⁽⁶⁾ Offert pendant un mois.

3. LES OFFRES DISPONIBLES PAR LES RÉSEAUX DES FOURNISSEURS D'ACCÈS À INTERNET ⁽⁷⁾ (ADSL, fibre, câble, réseaux mobiles)

LES OFFRES TRIPLE-PLAY ⁽⁸⁾

FREE ⁽⁹⁾	
Offre triple-play (accès internet-télévision-téléphone fixe)	L'offre Freebox Crystal à 24,99 €/mois propose une option TV à 4,99 €/mois. Freebox mini 4k : 34,99 €/mois ; Freebox Révolution : 44,99 €/mois avec TV by Canal (bouquet Panorama, 60 chaînes) ; Freebox One : 39,99 €/mois ; Freebox Delta : 49,99 €/mois ; L'offre Freebox Delta S à 39,99 €/mois ne donne pas accès à une offre TV, sauf en OTT.
Service de TV (IPTV)	Service compris dans les différentes offres : • Freebox Crystal : (en option) Freebox TV avec plus de 220 chaînes ; • Freebox mini 4k : Freebox TV avec plus de 220 chaînes dont 100 en HD et androidTV inclus ; • Freebox Révolution : FreeboxTV (dont Freebox Replay), TV by Canal inclus, myCANAL, soit au total plus de 280 chaînes ; • Freebox One : FreeboxTV et Netflix inclus ; • Freebox Delta : FreeboxTV (dont Freebox Replay), TV by Canal, myCANAL, Netflix inclus, accès à CANAL VOD.
Nombre de chaînes	FreeboxTV comprend plus de 220 chaînes (et donne accès à Freebox Replay) ; TV by Canal comprend plus de 60 chaînes supplémentaires (offre Panorama, voir p 21).
Bouquets	• 54 packs dont : 25 consacrés à des chaînes en langues étrangères entre 2,99 et 49 €/mois ; 5 au cinéma entre 5,99 et 14,99 €/mois ; le pack « belN SPORTS » à 14,99 €/mois ; le pack OCS à 11,99 €/mois ; et des packs musique, jeunesse, sport, adulte et thématiques. Pour Freebox Delta, Freebox One, Freebox Révolution avec TV by Canal, Freebox Mini 4K : • accès à plus de 250 chaînes à l'unité ou en pack ; • accès aux services de vidéo à la demande et bouquets de services. Pour Freebox Crystal et Freebox Révolution : • Freebox TV + 4,99 €/mois plus de 220 chaînes + Freebox Replay ; • accès à plus de 250 chaînes à l'unité ou en pack ; • accès aux services de vidéo à la demande et bouquets de services.
Offres complémentaires	Toutes les offres proposées par Canal+ (voir p 21).
VàD - TVR	23 services de vidéo à la demande et de vidéo à la demande par abonnement.

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

ORANGE	
Offre triple-play (accès internet-télévision-téléphone fixe)	Livebox à partir de 36,99 €/mois (fibre possible). Livebox UP (débit internet plus élevé) à partir de 42,99 €/mois (fibre possible).
Service de TV (IPTV)	Compris dans le triple-play sans majoration (location de la Livebox à 3 €/mois, décodeur gratuit).
Nombre de chaînes	TV d'Orange : jusqu'à 160 chaînes TV dont plus de 50 en HD et plus de 20 en HD+.
Bouquets	• 2 bouquets sport : « belN 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 ; • 2 bouquets musique : « Bouquet Musique classique » à 10 €/mois, « Melody » à 4,50 €/mois ; • Pickle TV 4,99 €/mois ; • 2 bouquets famille : « Famille » à 12,99 €/mois et « Famille Fibre » à 12,99 €/mois incluant le bouquet « Famille by Canal » (offre Panorama sans les chaînes sportives) ; • 15 bouquets internationaux entre 5 et 14 €/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 ; • un bouquet Adulte Max 24,99 €/mois ; • un bouquet Gay 19,99 €/mois.
Offres complémentaires	Pour les abonnés à l'offre Livebox Fibre : • Canal+ et Canal+ Décalé (réservé aux clients fibre) à 14,90 €/mois et offres complémentaires avec des tarifs inférieurs de 5 € par rapport aux tarifs indiqués p 21 qui présente les offres Canal. Pour les autres abonnés : • toutes les offres proposées par Canal+ (voir p 21 qui présente les offres Canal).
VàD - TVR	Services et options TV by SFR : Les pass Vod illimités, dont des offres Netflix, FilmoTV et Adulte. Services et options TV by Numericable : Les pass Vod, dont FilmoTV, Mezzo et des Pass Adulte.

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

⁽⁷⁾ À noter que d'autres opérateurs proposent les services de télévision dans les DOM et TOM : Orange, SFR, CAN'L, CanalBox, IZI BOX, Lagoon (télévision par satellite), Net Ocean Indien (chaînes du bouquet Canal+ en option, réception via la parabole), Parabole, Zeop.

⁽⁸⁾ Les opérateurs SFR et Orange proposent également des offres quadruple-play comprenant un service de téléphonie mobile.

⁽⁹⁾ L'offre Alice Box détenue par Free n'est plus disponible. Elle est remplacée par l'offre Freebox Crystal.

SOSH (LOW COST D'ORANGE)	
Offre triple-play (accès internet-télévision-téléphone fixe)	• Internet ADSL/VDSL 2 haut débit à 19,99 €/mois ; • Internet Fibre très haut débit à 29,99 €/mois.
Service de TV (IPTV) et nombre de chaînes	2 possibilités : Appli TV d'Orange offerte sur demande ; 72 chaînes sur mobile, tablette et PC/Mac (mais pas sur téléviseur) ; option décodeur TV + Appli TV d'Orange à 5 €/mois avec 160 chaînes dont plus de 70 chaînes en HD sur télévision, mobile, tablette et PC/Mac.
Bouquets	Options payantes : 30 bouquets payants sont proposés dont le bouquet Ciné Séries 13 €/mois, beIN SPORTS 15 €/mois, bouquet famille 12,99 €/mois, Canal+ 14,90 €/mois, bouquet Famille Fibre incluant Famille by Canal 12,99 €/mois. Possibilité d'accéder à Netflix, FilmoTV et Pickle TV.

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

BOUYGUES TELECOM	
Offre triple-play (tarif d'entrée accès internet-télévision-téléphone fixe)	• Bbox Must avec la fibre à 32,99 €/mois : 189 chaînes incluses et 30 services de TVR ; • Bbox Ulym avec la fibre à 39,99 €/mois : 189 chaînes incluses et 30 services de TVR + bonus au choix (dont « Star by Canal », soit CanalPlay, catalogue Fox Play et 15 chaînes) ; • ADSL ou fibre en fonction de l'éligibilité de la ligne.
Service de TV (IPTV)	Compris dans le triple-play sans majoration (location de la box à 3 €/mois inclus dans le tarif).
Nombre de chaînes	Plus de 180 chaînes dont 54 chaînes en HD en ADSL/VDSL, ou 55 chaînes en HD avec la fibre jusqu'au domicile et 32 en replay, 2 chaînes TV 4K, Festival 4K et Ultra Nature (uniquement avec la fibre).
Bouquets	• Bouquet « Famille » à 13,99 €/mois avec les chaînes AB1, Crime District, Trace Sports, TCM Cinéma, Paramount Channel, Paramount Channel Décalé, Sundance Channel, Eurochannel, Canal J, Toonami, Boomerang, Boomerang +1, Boing, Tiji, Baby TV, Trek, Animaux, Science & Vie TV, Toute l'histoire, Chasse & Pêche, Mangas, Gong Max, M6 Music, MCM Top, RFM TV, concerts, Deluxe Music, Bblack Africa, Cmusic, Bblack Caribbean, Trace Gospel, Trace Tropical, Djazz TV, Mezzo live, Nautical Channel, Motorvision, Fuel TV, Girondins TV, OLV, Fight Sports, My Zen, Penthouse SD ; • bouquet « Jeunesse » à 7,99 €/mois avec les chaînes Canal J, Toonami, Boomerang, Boomerang+1, Boing, Tiji, BabyTV, TFOU Max ; • bouquet « TV OCS » à 12 €/mois ; • bouquet « TV beIN SPORTS » à 14,99 €/mois ; • bouquet « Bbox Ciné » à 14,99 €/mois avec les chaînes Action, Ciné+Emotion (aussi en version HD), Ciné+Frison (aussi en version HD), Ciné+Premier (aussi en version HD), Paramount Channel, Sundance TV, TCM Cinéma HD ; • bouquet « Bbox Grand Ciné » à 16,90 €/mois avec les chaînes Action, Ciné FX, Ciné+ Classic, Ciné+ Club, Ciné+ Emotion (aussi en version HD), Ciné+ Famiz, Ciné+ Frison (aussi en version HD), Ciné+ Premier (aussi en version HD), Dorcel TV, Paramount Channel, Polar, Sundance TV (aussi en version HD), TCM, TCM Cinéma HD, XXL ; • bouquet « TV Canal+ » à 19,99 €/mois (avec engagement) : Canal+ Cinéma, Canal+ Décalé, Canal+ Family, Canal+ Série, Canal+ Sport ; • 8 bouquets adultes allant de 7,90 €/mois à 14,90 €/mois ; • 13 bouquet internationaux à partir de 4,99 €/mois ; • 10 chaînes à l'unité à partir de 1 €/mois.
VàD - TVR	Boutique unique sous la marque de Bbox VOD avec un catalogue de plus de 5 000 vidéos. Autres services de VaD par abonnement disponibles : OCS, Netflix, TFOU Max, FilmoTV, MyTF1.
Autres services	TV sur tablette, smartphone et ordinateur avec l'application B.tv ; enregistreur numérique TV 128 Go sur demande et contrôle du direct ; applications et jeux sur la TV ; Google Cast™ ; assistant Google ; chaînes favorites ; multi-tv.

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

LA POSTE MOBILE ⁽¹⁰⁾	
Offre triple-play (accès internet-télévision-téléphone fixe)	• La Box haut débit ADSL 34,99 €/mois Box incluse. • La Box très haut débit Fibre à 34,99 €/mois Box incluse.
Service de TV (IPTV)	Compris dans le triple-play sans majoration.
Nombre de chaînes	• Spécificités de la BOX ADSL TV PLUS : un accès à 200 chaînes au plus grâce aux bouquets TV Starter (inclus dans le prix de l'offre BOX ADSL TV PLUS) ou Power par SFR (+5 €/mois). • Spécificités de la BOX THD TV : un accès à 240 chaînes au plus grâce aux bouquets Starter (inclus dans le prix de l'offre BOX THD TV PLUS) ou Power by Numericable (+5 €/mois). Dans les deux cas : 50 chaînes HD et 20 chaînes en Replay.
Bouquets	En options : • Bouquet Power TV à 14,99 €/mois (40 chaînes supplémentaires) ; • SFR Ciné Séries à 10 €/mois (voir l'offre SFR pour le bouquet détaillé) ; • RMC Sport à 19 €/mois (voir l'offre SFR pour le bouquet détaillé). Autres options dans le cadre soit d'une offre TV by SFR (Clients BOX ADSL TV PLUS), soit d'une offre TV by Numericable (Clients BOX THD TV PLUS) : • Pass thématiques (cinéma, jeunesse, RMC Sport, etc) de 10 € à 23,99 €/mois ; • Options à la carte (dont Altice Studio, beIN SPORTS, Melody, etc.) de 2,5 € à 14,99 €/mois ; • Options Monde : 35 bouquets en langue étrangère de 1 € à 14,99 €/mois ; • Options adultes de 5,99 € à 23,99 €/mois.
VàD - TVR	• Pass VaD illimités de 3,99 €/mois à 7,99 €/mois ; • 36 000 programmes accessibles en VaD ; • Pass VaD adulte de 16,99 €/mois à 25,99 €/mois.
Autres services	Enregistreur numérique. Appli MyPartner TV pour accéder aux chaînes TV depuis un smartphone ou une tablette.

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

⁽¹⁰⁾ Cette offre est opérée par SFR.

SFR - NUMERICABLE	
Offre triple-play (accès internet-télévision-téléphone fixe)	• Starter Fibre 41 €/mois. • Power Fibre 46 €/mois. • Premium Fibre 56 €/mois.
Service de TV (IPTV)	Compris dans le triple-play sans majoration (location de la box incluse).
Nombre de chaînes	• Starter Fibre : 160 chaînes. • Power Fibre : 200 chaînes. • Premium Fibre : 210 chaînes.
Bouquets	Services et options TV by SFR : • SFR Ciné Séries à 10 €/mois (Altice Studio, Sundance TV, Paramount Channel, TCM, Action, SFR Play (VàD/SVàD)) ; • RMC Sport à 9 €/mois (soit RMC Sport 1, 2, 3, 4 et RMC Sport News) ; • offre « Plus Sport » à 19 €/mois (SFR Sport + beIN SPORTS) ; • de nombreux autres bouquets et chaînes thématiques et étrangères ; • 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 15 €/mois et OCS à 12,99 €/mois ; • plus de 20 bouquets organisés autour de chaînes étrangères ; • 12 bouquets et chaînes adulte. Services et options TV by Numericable : • de nombreux bouquets et chaîne thématiques et étrangères ; • 8 « Pass » ⁽¹⁰⁾ : Pass Emotion à 10,99 €/mois ; Pass Sport Premium à 12,99 €/mois ; Pass Jeunesse Premium à 12,99 €/mois ; Pass Découverte Premium à 12,99 €/mois ; Pass Cinéma Premium à 12,99 €/mois (SFR Ciné Séries + les chaînes Ciné+); Pass Cinéma Premium X-Perience à 16,99 €/mois ; Pass Sport Premium X-Perience à 16,99 €/mois ; Pass Emotion Premium X-Perience à 16,99 €/mois ; • plus de 20 bouquets organisés autour de chaînes étrangères ; • bouquets musique : « Pack Mezzo » à 3,50 €/mois et Melody à 5,5 €/mois.
Offres complémentaires	• Offres avec les chaînes Canal+ (voir p 21).
VàD - TVR	• TVR : TV à la demande. Services et options TV by SFR : • Les pass VàD illimités, dont des offres Netflix, FilmoTV et Adulte. Services et options TV by Numericable : • Les pass VàD, dont FilmoTV, Mezzo et des Pass Adulte.

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

RED (LOW COST DE SFR)	
Offre triple-play (accès internet-télévision-téléphone fixe)	• Internet ADSL haut débit à 15 €/mois. • Internet Fibre très haut débit à 20 €/mois.
Service de TV (IPTV) et Nombre de chaînes	• Décodeur TV et 35 chaînes à 2 €/mois. • Décodeur TV et 100 chaînes à 4 €/mois.
Bouquets	Accès à la carte à Netflix, RMC Sport, bouquet Junior.

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

VIDEO FUTUR	
Offre triple-play (accès internet-télévision-téléphone fixe)	• Box VIDEOFUTUR UHD 4K : 39,90 €/mois ; • offre Fibre jusqu'à 1Gb/s.
Service de TV (IPTV)	Chaînes de télévision, services de Replay, SVOD illimité et VOD.
Nombre de chaînes	Plus de 100 chaînes, dont chaînes premium, thématiques, locales et internationales.
Bouquets	• beIN SPORTS avec 10 chaînes et canaux événementiels HD (15 €/mois sans engagement) ; • OCS avec 4 chaînes HD et le replay (12 €/mois sans engagement).
Offres complémentaires	• Portail d'applications TV (Youtube, RadioLine, Prime...).
VàD - TVR	• Service de SVàD illimité inclus dans l'offre : 4 000 films et séries jeunesse ; • 15 000 programmes en VàD à la carte (location ou achat à partir de 1 €) ; • 11 services de Replay.

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

⁽¹⁰⁾ Le site de SFR ne donne pas le détail sur le nombre de chaînes composant ces packs ni sur le détail des chaînes.

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	• L'accès aux chaînes sur iPhone, iPad, iPod touch, mobile et tablette Android via L'application TV d'Orange est réservé aux clients internet et Open détenant la TV d'Orange. Cette application est gratuite. • Les bouquets payants Famille, Ciné Séries, Ciné Séries Max, beIN SPORTS, Sports Max et Intense sont également accessibles ainsi que la VàD d'Orange (voir conditions dans l'encadré relatif à l'offre triple play d'Orange).
SFR	• « SFR TV » avec 130 chaînes, option incluse dans les forfaits mobile.
BOUYGUES TELECOM	• L'application B.TV sur téléphone est incluse dans les forfaits internet qui la comprennent pour les autres supports ; elle est en revanche payante dans le cadre d'un simple forfait mobile à 5 €/mois. • Options bouquets payants : Canal+, beIN SPORTS, TV Bbox Grand Ciné, Bouquet TV Jeunesse, chaînes à l'unité et bouquet TV BboxAdulte ; Play Start inclus dans les forfaits Sensation 5 Go et plus. • Options VàD payantes : Start by Canal, OCS et Netflix à partir de 7,99 €/mois.
SOSH	• Bouquet TV à 1 €/mois avec 70 chaînes généralistes et thématiques et services de TV à la demande. • Options payantes : Netflix, OCS, Pickle TV.
B&YOU	L'accès à l'application B.TV est payante dans le cadre d'un forfait mobile, à 5 €/mois. D'autres accès sont possibles : Netflix, Bbox Jeunesse.

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

4. LES OFFRES DISPONIBLES VIA L'INTERNET OUVERT (OTT : over-the-top) ⁽¹²⁾

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

EXEMPLES DÉTAILLÉS D'OFFRES EN OTT

BIS TV ONLINE	Offre Panorama avec 12 chaînes thématiques à 4,90 €/mois, Golf Channel à 6,90 €/mois ou à la carte à partir de 3 €/mois.
BOX VIDEOFUTUR	« Mini-Box » consacrée aux services audiovisuels à 10 €/mois sans engagement avec VàD illimitée (1 000 films et séries animées) ; chaînes TV de la TNT et Disney Channel, Paramount Channel, Game One, Equidia Live, Virgin Radio, BET, BBC World News ; replay et multi-écran. A la carte : des nouveautés VàD et séries TV en VàD (location et achat digital entre 0,99 € et 16,99 €).
MOLOTOV	Offre MOLOTOV gratuite : 36 chaînes en direct dont les 24 chaînes de la TNT ; contrôle du direct et replay. Offre MOLOTOV PLUS : cette offre permet d'enregistrer les émissions, partout en Europe ; HD sur 4 écrans simultanés pour 3,99 €/mois, annulable à tout moment. Offre MOLOTOV EXTENDED : mêmes options que MOLOTOV PLUS, plus 40 chaînes thématiques à 9,99 €/mois, annulable à tout moment.
MYCANAL	Bouquet TV OTT du groupe Canal+ via une application qui offre aux abonnés un prolongement des services en OTT. Canal cesse la distribution de sa propre box pour les abonnés OTT au profit de l'Apple TV qui intègre l'application myCanal. Abonnement sans engagement à 19,90 €/mois (tarif réduit pour les moins de 26 ans : 9,95 €/mois).
WATCH-IT!	On TV (11 chaînes thématiques à 9,90 €/mois dont AB1, Euronews, Game One, Toute l'Histoire, Trace Urban, Paramount Channel...), Fight Club (5 chaînes), Speed & Race (4 chaînes dont AutoMoto et motors. tv), XTREME Sports (9 chaînes dont Trek), Happy Life (plus de 20 chaînes ciné, jeunesse et découverte), Concert Hall (6 chaînes musique), Tapas TV (51 chaînes, Live et VàD), Species (service de SvàD sur les espèces animales), Humanity (service de SvàD sur les défis du monde en transition), Okidoki (dessins animés à la demande), l'Atelier des chefs (service de VàD, Coach Club (service de VàD). Offres de de 4,99 €/mois à 9,99 €/mois.

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

⁽¹²⁾ Le terme d'autodistribution OTT traduit la possibilité pour un service de se rendre disponible à ses utilisateurs de manière directe sur internet, sans passer par un tiers.

EXEMPLES DE SERVICES AUDIOVISUELS DISPONIBLES EN SERVICES GÉRÉS, EN OTT EN FRANCE AU 31/08/2018

DIFFUSION	EDITEURS DU SERVICE	AUTODISTRIBUTION OTT	DISTRIBUTION OTT VIA UN TIERS
Services gérés uniquement	-	-	-
Services gérés et OTT (contenus en direct pour les chaînes)	Groupe M6 France Télévisions Groupe TF1 NextRadioTV NextRadioTV NextRadioTV LCP Arte NRJ Group Groupe Amaury Groupe Lagardère Groupe Canal Plus BeIN Média Discovery SFR/Altice Orange Netflix	6play france.tv MyTF1, TFOU Max bfmtv.com rmcdecouverte.bfmtv.com numero23.fr lcp.fr arte.tv nrj-play.fr lequipe.fr/lachainelequipe/ gulli.fr myCanal, CanalPlay ⁽¹³⁾ BeIN Connect Eurosport Player RMC Sport OCS Netflix	Molotov La TV d'Orange B.tv SFR TV myCanal (selon partenariats) YouTube Facebook (hébergeurs) Distributeurs (selon partenariats)
Services gérés et/ou OTT	Filmoline NBA Liberty Media	FilmoTV NBA League Pass F1 TV	Distributeurs (selon partenariats)
OTT uniquement (liste non exhaustive)	Amazon La Cinémathèque des Réalisateurs Alchimie Crunchyroll VIZ Média Europe Spicee YouTube INA Mubi Ténk FFF	Amazon Prime Video La Cinétek Okidoki Crunchyroll ADN Spicee YouTube Premium INA Premium Mubi Ténk national.fff	

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

⁽¹³⁾ À noter que Groupe Canal Plus prévoit prochainement l'arrêt de son service CanalPlay. Source : audition de Maxime Saada, président du directoire du groupe Canal Plus, devant la Commission des affaires culturelles le 05/12/2018.

L'AUDIENCE DES CHÂÎNES

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.

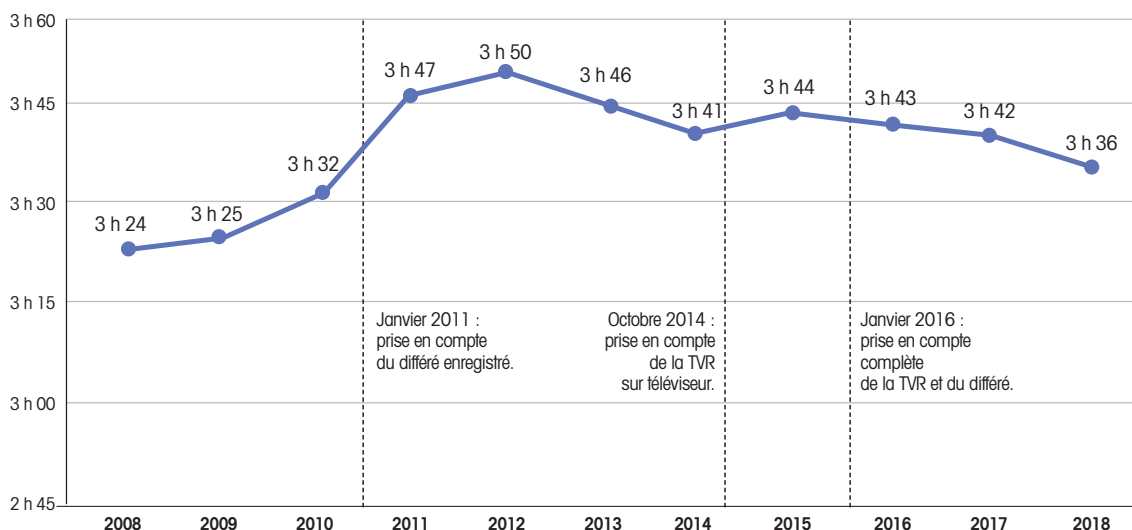
Ces nouvelles mesures s'appliquent à l'ensemble des chaînes depuis janvier 2016.

1. L'AUDIENCÉ DE LA TÉLÉVISION

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

En 2018, la durée d'écoute individuelle (DEI) de la télévision a baissé par rapport à 2017 : les Français ont passé en moyenne 3 heures et 36 minutes par jour à l'écoute de la télévision, soit une baisse de 6 minutes. Cet écart à la baisse est le plus important enregistré pour les chaînes de la TNT.

DURÉE D'ÉCOUTE INDIVIDUELLE DE LA TÉLÉVISION PAR INDIVIDU DE 2008 À 2018



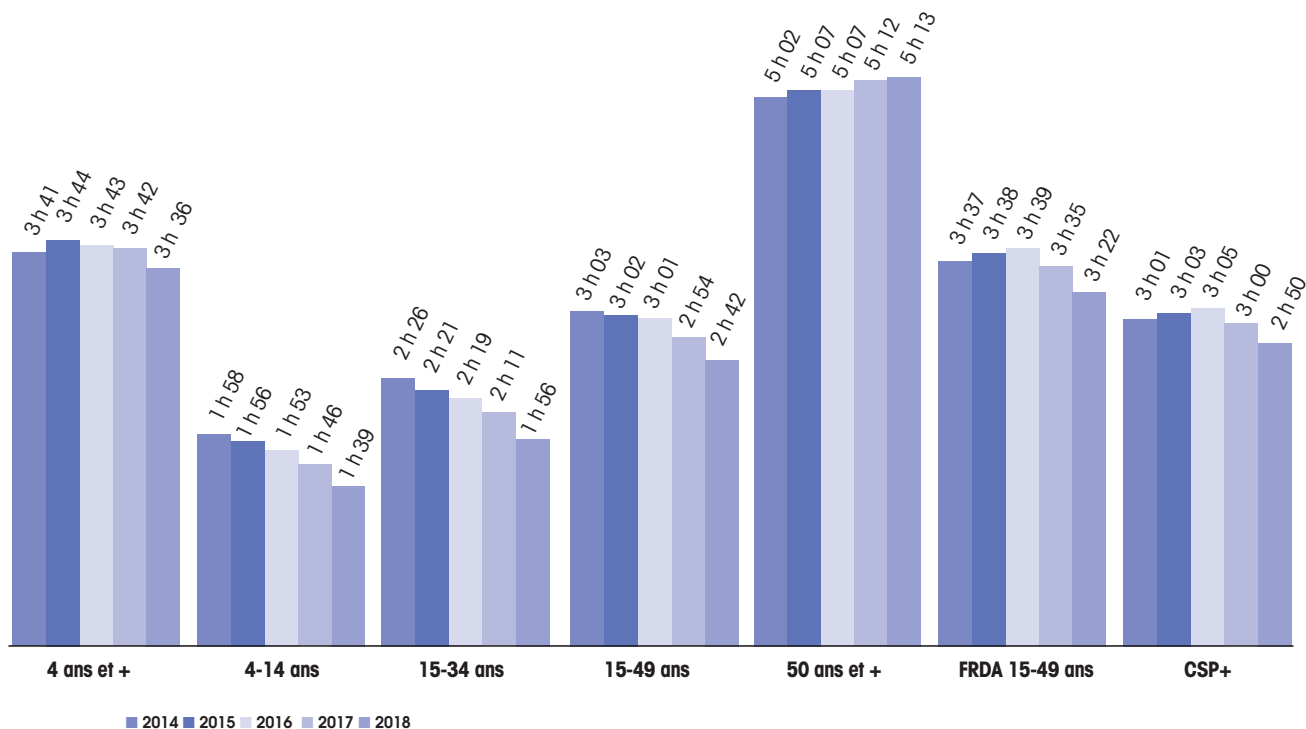
Source : Médiamétrie, Médiamat. Ensemble des individus de 4 ans et plus équipés de téléviseurs, France métropolitaine.

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

Elle augmente avec l'âge et passe de 1 h 39 en 2018 pour les 4-14 ans à plus de 5 h pour les 50 ans et plus avec une moyenne à 3 h 36 pour l'ensemble de la population (4 ans et plus). Les femmes responsables des achats (FRDA) de 15 à 49 ans se situent à un niveau proche de celui des 4 ans et plus (3 h 22 en 2018) et les individus CSP+ sont à un niveau inférieur (2 h 50 en 2018).

Les catégories sociodémographiques les plus jeunes sont les plus affectées par une tendance baissière notamment les 15-34 ans (-15 minutes). L'ensemble des 15 à 49 ans et les individus CSP+ voient également leur DEI baisser fortement (respectivement -12 minutes et -10 minutes). Les 50 ans et plus sont la seule catégorie enregistrant une hausse mais celle-ci est légère (+1 minute).

ÉVOLUTION DE LA DURÉE D'ÉCOUTE INDIVIDUELLE QUOTIDIENNE DE LA TÉLÉVISION PAR CIBLE DE 2014 À 2018



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

2. L'AUDIENCE DES CHAÎNES GRATUITES

REMARQUE MÉTHODOLOGIQUE

Cette partie s'appuie sur les résultats de l'enquête Médiamat de Médiamétrie. Au 24 décembre 2018, le panel Médiamat était composé de 11 504 individus âgés de 4 ans et plus vivant dans 4 974 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.

UNE BAISSSE SUR LE LONG TERME DE L'AUDIENCE DES CHAÎNES HERTZIENNES « HISTORIQUES » MAIS UNE PROGRESSION ENCOURAGEANTE

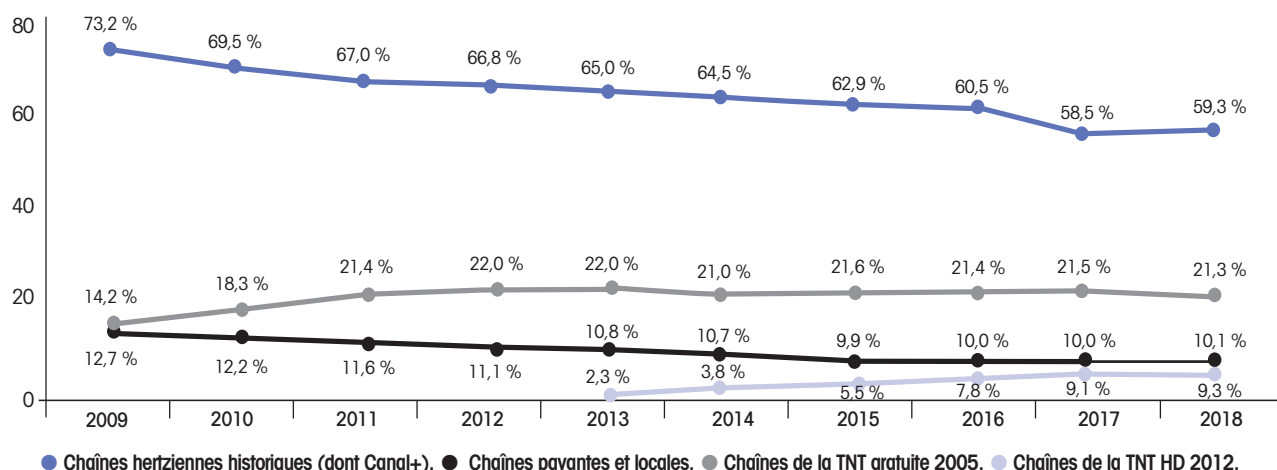
Alors que les chaînes hertziennes dites « historiques » (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6 et Arte) avaient déjà connu une première période d'érosion de leurs audiences due au développement de la télévision payante, le déploiement de nouvelles chaînes sur la TNT gratuite à partir de 2005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

Ainsi, la part d'audience (Pda) agrégée des services historiques passe de 73,2 % en 2009 à 59,3 % en 2018 soit une baisse de 13,9 points. L'audience des chaînes payantes et locales est également en recul, passant d'une Pda de 12,7 % en 2009 à une Pda de 10,1 % en 2018 (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 21,3 %.

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 9,3 % en 2018.

ÉVOLUTION DE LA PART D'AUDIENCE DES AGRÉGATS DE CHÂÎNES DE 2009 À 2018



Source : Médiamétrie, Médiamat. Ensemble des individus de 4 ans et plus équipés de téléviseurs, France métropolitaine.
 Chaînes hertziennes historiques : TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte.
 Chaînes de la TNT 2005 : C8, W9, TMC, TFX, NRJ12, LCP, France 4, BFM TV, CNews, CStar, Gulli, France Ô.
 Chaînes TNT 2012 : TF1 Séries Films, L'Équipe 21, 6ter, RMC Story (ex Numéro 23), RMC Découverte, Chérie 25.

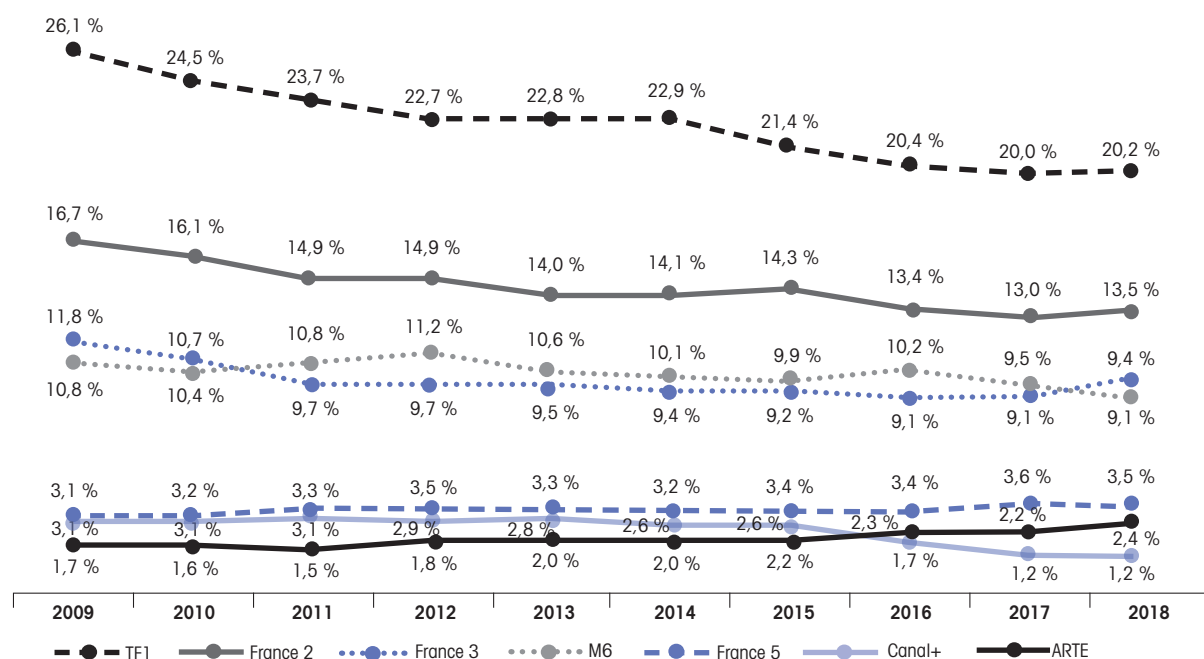
A l'exception de France 5 et Arte, les services historiques voient leur Pda baisser sur la période 2009-2018.

De 2009 à 2018, TF1 a perdu 5,9 points. Après avoir enrayé sa chute de 2013 à 2014, la première chaîne gratuite enregistre une nouvelle baisse de 2014 à 2017 pour atteindre 20 % de Pda. Depuis, TF1 a connu une faible hausse et se situe à 20,2 %. France 2 suit une tendance similaire à celle de TF1 et passe de 16,7 % à 13,5 % de Pda entre 2009 et 2018, soit une baisse de 3,2 points, avec également une progression en 2018 (+0,5 point). France 3 enregistre une diminution particulièrement importante de sa part d'audience entre 2009 et 2011 (-2,1 points) qui s'est ensuite ralentie (-0,3 point de 2011 à 2017). Sur l'année 2018, la chaîne est en hausse de 0,3 point.

Si M6 poursuit une tendance similaire sur l'ensemble de la période (-1,7 point), sa part d'audience enregistre toutefois des rebonds en 2011, 2012 et 2016. Depuis 2016, la chaîne est cependant dans une phase de décroissance (-1,1 point). Canal+ passe de 3,3 % à 1,2 % de part d'audience sur la période. Cette baisse est particulièrement significative depuis trois ans (-1,4 point entre 2015 et 2018).

A contrario, France 5 et Arte suivent des tendances croissantes d'audience sur la période étudiée (respectivement +0,4 point et +0,7 point entre 2009 et 2018). France 5 a néanmoins légèrement baissé en 2018 (-0,1 point) alors qu'Arte poursuit sa progression sur cette année (+0,2 point).

ÉVOLUTION DE LA PART D'AUDIENCE DES CHÂÎNES HISTORIQUES DE 2009 À 2018



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

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

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

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

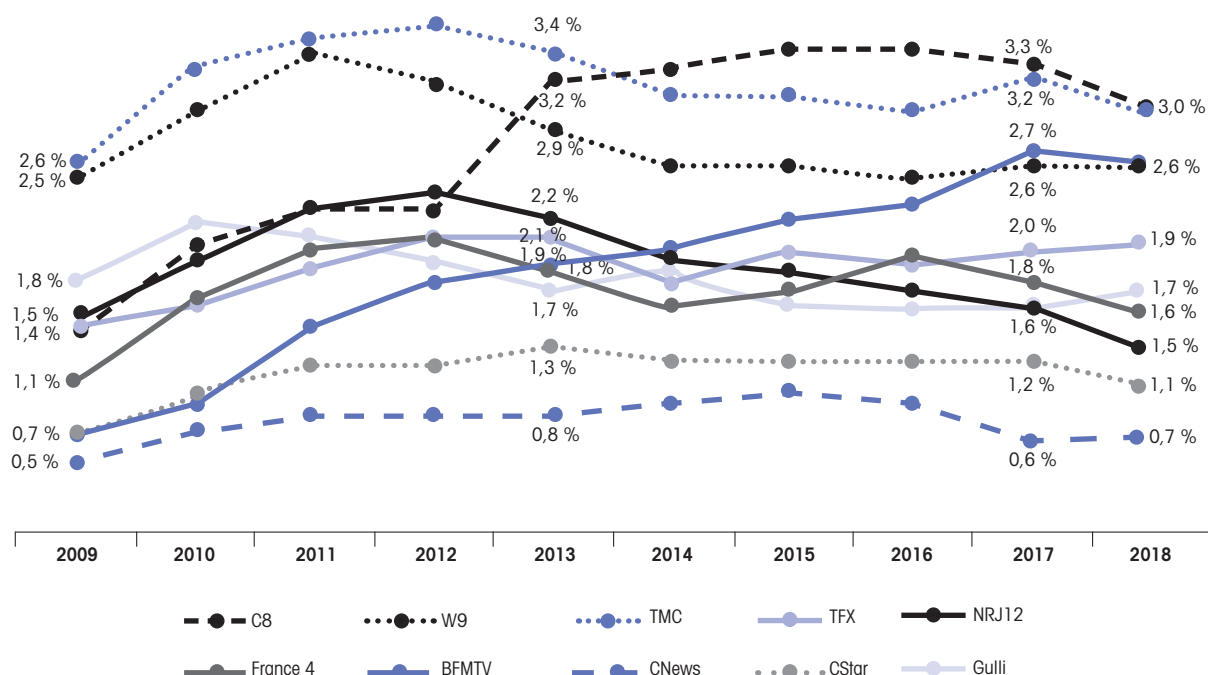
Le lancement de six nouvelles chaînes en décembre 2012 et l'évolution des grilles de programmes de certaines des chaînes lancées en 2005 ont fait évoluer les équilibres au sein des chaînes dites de la TNT.

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

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

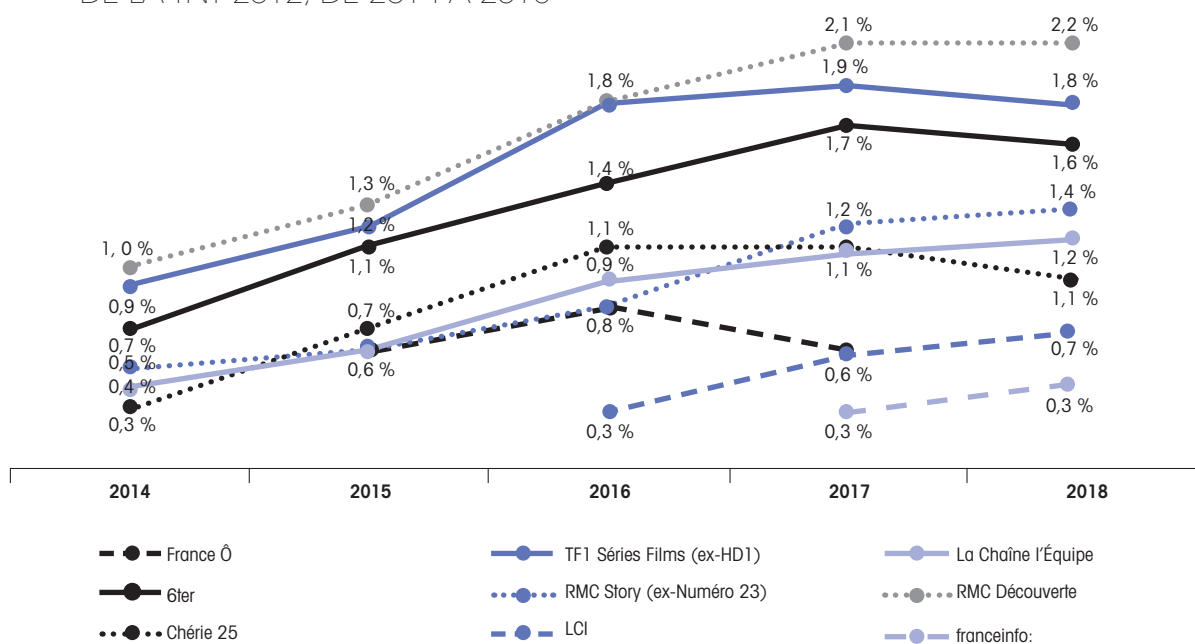
LCl, dont le passage en TNT gratuite s'est opéré en avril 2016, atteint elle aussi 0,7 % de Pda et franceinfo., mesurée depuis octobre 2017, enregistre 0,4 % de Pda sur cette fin d'année. Enfin, France Ô, mesurée depuis 2014, ne l'est actuellement plus ; ses derniers chiffres d'audience datent de 2017.

ÉVOLUTION DES PARTS D'AUDIENCE
DES CHÂÎNES GRATUITES DE LA TNT 2005, DE 2009 À 2018



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

ÉVOLUTION DES PARTS D'AUDIENCE DES CHÂÎNES GRATUITES DE LA TNT 2012, DE 2014 À 2018



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

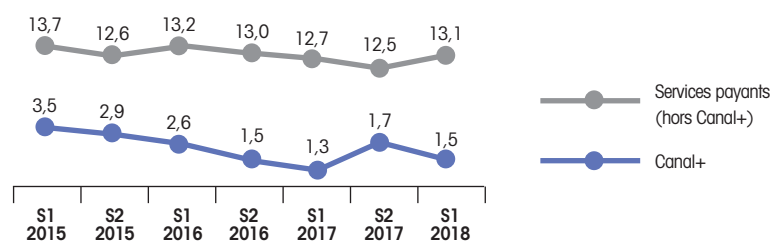
3. L'AUDIENCE DES CHAÎNES PAYANTES

REMARQUES MÉTHODOLOGIQUES

Cette partie s'appuie sur les résultats de l'enquête Médiamat'Thématic 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 1^{er} janvier 2018 au 17 juin 2018 a été réalisée sur un échantillon de référence de 9 286 personnes âgées de 4 ans et plus composant 3 839 foyers. La population étudiée dans le Médiamat'Thématic, appelée « Ensemble univers » inclut toute la réception par câble (dont le service antenne), toute la réception par satellite (avec ou sans abonnement), toute la réception TV par ADSL (avec ou sans option ou bouquet payant de chaînes) et toute la réception par fibre optique. Cet ensemble constitue 79 % de la population équipée TV résidant en France.

Au sein de cet univers, Médiamétrie isolait auparavant une population dite « Univers payant abonnés CanalSat ou câble » qui correspondait à l'ancienne population étudiée par le Média-CabSat. Les offres de câble ne peuvent aujourd'hui plus être distinguées des offres TV ADSL ou fibre optique. En conséquence, l'univers payant n'est plus restitué ⁽¹⁾ depuis la vague du second semestre de 2017 et ne sera pas restitué dans ce document contrairement aux années précédentes. A l'instar du Médiamat, l'enquête Médiamat'Thématic 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 2015, les parts d'audience, sur la cible " Ensemble univers " (en %), ont été les suivantes :



Source : Médiamétrie, Médiamat'Thématic. 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 ».

Plusieurs précautions doivent être prises pour l'interprétation des résultats d'audience de l'enquête Médiamat'Thématic. 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 xDSL, câble, fibre optique ou satellite (i.e., ci-après la population « Ensemble univers ») et les individus « équipés TV » sont :

- l'âge : la population 50 ans et plus est sous-représentée parmi l'« Ensemble univers » comparativement aux personnes Equipées TV ;
- la catégorie socio-professionnelle (CSP) : la part d'inactifs 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.

⁽¹⁾ L'audience Univers payant est toujours monitorée mais selon une méthodologie différente intégrant des données comportementales avec des règles de communication qui ont changé et qui ne sont disponibles que pour les éditeurs.

PROFILS COMPARÉS DE LA POPULATION « ENSEMBLE UNIVERS » ET DE L'ENSEMBLE DES INDIVIDUS ÉQUIPÉS DE TÉLÉVISEURS EN 2018

	« ENSEMBLE UNIVERS » RÉCEPTION TV PAR ADSL, CÂBLE, FIBRE OPTIQUE OU SATELLITE		ÉQUIPÉS TV	
	En milliers	En %	En milliers	En %
INDIVIDUS 4 ANS ET +	46 171	100,0	58 364	100,0
FOYERS	20 123	-	26 829	-
<i>SEXE</i>				
HOMMES 4 ANS ET +	22 483	48,7 %	28 077	48,1 %
FEMMES 4 ANS ET +	23 689	51,3 %	30 287	51,9 %
FRDA*	17 405	37,7 %	22 485	38,5 %
FRDA* MOINS DE 50 ANS	8 005	17,3 %	9 551	16,4 %
<i>AGE</i>				
4-14 ANS	6 981	15,1 %	8 369	14,3 %
15-24 ANS	5 816	12,6 %	6 972	11,9 %
25-34 ANS	5 821	12,6 %	6 726	11,5 %
35-49 ANS	9 723	21,1 %	11 753	20,1 %
50 ANS ET +	17 831	38,6 %	24 544	42,1 %
<i>CSP DU CHEF DE FOYER</i>				
CSP+	16 929	36,7 %	20 329	34,8 %
CSP-	15 547	33,7 %	18 709	32,1 %
INACTIFS	13 696	29,7 %	19 326	33,1 %
<i>CSP PAR INDIVIDU</i>				
CSP+	10 794	23,4 %	12 672	21,7 %
CSP-	10 792	23,4 %	14 038	24,1 %
INACTIFS	24 586	53,2 %	31 654	54,2 %
<i>TAILLE D'AGGLOMÉRATION</i>				
COMMUNES RURALES	11 252	24,4 %	13 391	22,9 %
DE 2 000 À 19 000 HABITANTS	8 670	18,8 %	10 590	18,1 %
DE 20 000 À 99 000 HABITANTS	5 905	12,8 %	7 785	13,3 %
DE + 100 000 HABITANTS (HORS PARIS)	13 308	28,8 %	17 092	29,3 %
AGGLOMÉRATION PARISIENNE	7 038	15,2 %	9 506	16,3 %
<i>NOMBRE D'ENFANTS</i>				
AUCUN ENFANT	27 501	59,6 %	36 369	62,3 %
AU MOINS 1 ENFANT	18 671	40,4 %	21 995	37,7 %

* FRDA : Femmes 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 96 chaînes thématiques. Quand bien même ce chiffre est important, un nombre non négligeable de chaînes thématiques diffusées en France ne souscrivent pas à l'étude de Médiamétrie et ne sont donc pas comptabilisées.

Les parts d'audience des chaînes sont présentées ici tout d'abord de manière agrégée ⁽²⁾ par thématique puis individuellement ⁽³⁾. Par ailleurs, un nombre significatif de chaînes réalise une part d'audience inférieure à 0,1 %. Ces parts d'audience ne sont pas prises en compte dans les graphiques présentant les parts d'audience agrégées, leur niveau n'étant pas disponible précisément. Pour autant, ces chaînes sont prises en compte dans le nombre de chaînes par thématique.

La vague de janvier-juin 2018 montre une légère hausse de la part d'audience des chaînes payantes par rapport à la vague réalisée un an plus tôt : elle passe ainsi de 12,7 % à 13,1 % sur « l'Ensemble univers ».

Les thématiques documentaire, cinéma et généraliste enregistrent en particulier une légère amélioration de leurs audiences (+0,2 point respectivement). En revanche, la thématique jeunesse est en forte baisse (-0,4 point) alors que les thématiques fiction, sport, adolescents et musique enregistrent un recul plus léger entre -0,1 et -0,2 point.

La thématique jeunesse regroupant 19 chaînes est la deuxième thématique en termes d'audience agrégée, après avoir été leader de nombreuses années, avec 2 % de part d'audience. Elle est dépassée par la thématique généraliste à 2,5 % pour 11 chaînes. 2,3 points sur les 2,5 % de part d'audience de cette thématique sont concentrés sur quatre chaînes (Paris Première à 0,6 %, RTL9 à 0,6 %, Téva à 0,4 % et TV Breizh à 0,7 %). La thématique cinéma passe à la 3^{ème}

⁽²⁾ Les parts d'audience agrégées doivent être considérées avec précaution car le nombre de chaînes souscriptrices au Médiamat Thématik varie selon les thématiques.

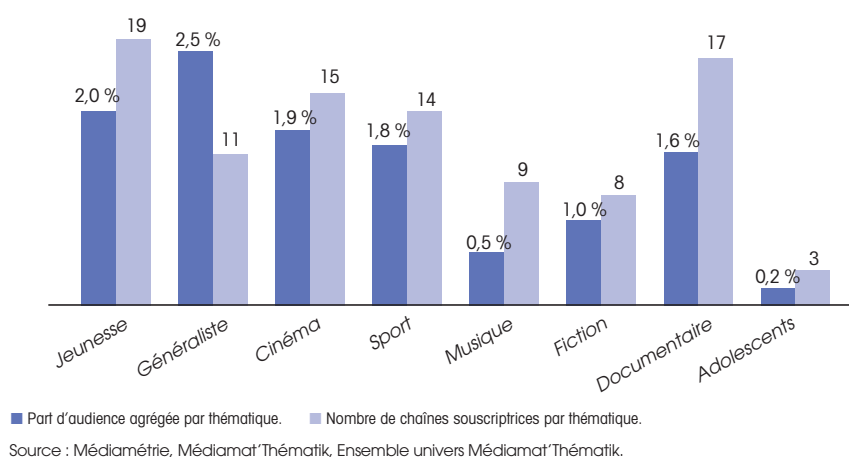
⁽³⁾ Les résultats agrégés de la thématique « information » ne sont pas présentés dans la mesure où France 24, qui était l'unique représentante de la thématique, n'est plus mesurée. De même, depuis la vague janvier-juin 2015, les chaînes composant l'agrégat « art de vivre » ne sont plus mesurées ou ne sont plus exploitées. La chaîne météo de la thématique « service » ne souscrit plus à la mesure Médiamat Thématik et donc cette thématique n'est plus présentée.

place avec une part d'audience de 1,9 % pour 15 chaînes. La thématique sport regroupe 14 chaînes pour 1,8 % de part d'audience ⁽⁴⁾.

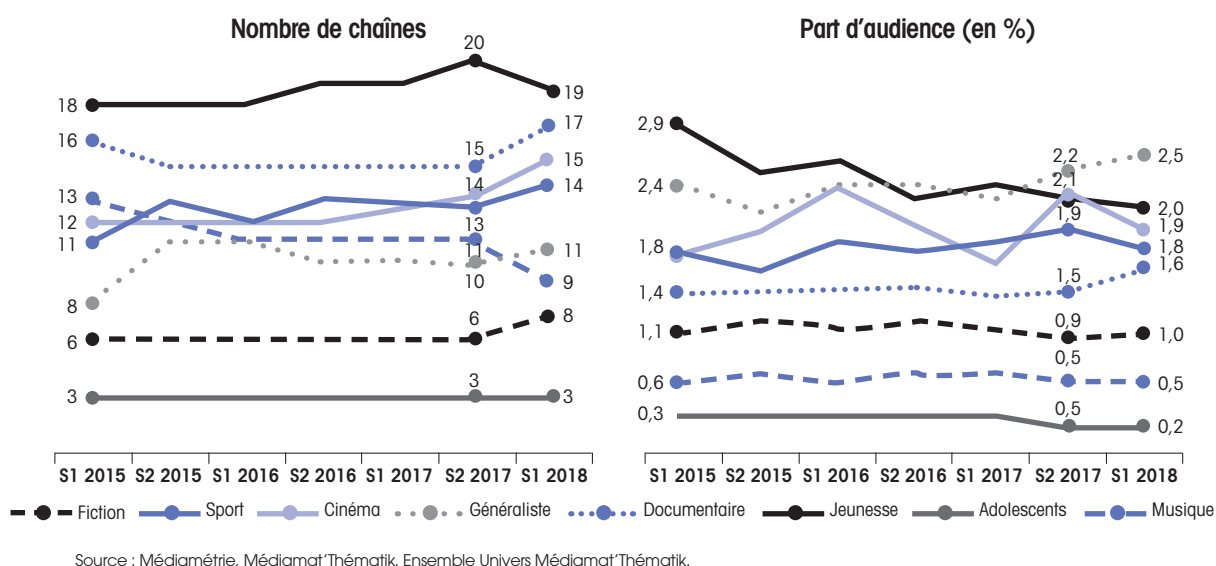
A la cinquième place, la thématique documentaire réalise 1,6 % de part d'audience. Elle représente la deuxième thématique en termes de nombre de chaînes. La thématique fiction baisse de 1,1 % à 1 % de part d'audience, et les chaînes musicales enregistrent une part d'audience de 0,5 %. Les chaînes pour adolescents ferment le classement à 0,2 %.

Les services payants qui réalisent les meilleures parts d'audience en 2017 sont TV Breizh (0,7 %), Paris Première (0,6 %), RTL9 (0,6 %) et beIN SPORTS (0,6 %).

PARTS D'AUDIENCE (%) ET NOMBRE DE CHÂÎNES PAYANTES PAR THÉMATIQUE DE JANVIER À JUIN 2018



ÉVOLUTIONS DU NOMBRE DE CHÂÎNES ET DES PARTS D'AUDIENCE DES CHÂÎNES PAYANTES PAR THÉMATIQUE DU 1^{ER} SEMESTRE 2015 AU 1^{ER} SEMESTRE 2018



⁽⁴⁾ La chaîne Motorsport.tv a été prise en compte bien que sa diffusion ait cessé depuis septembre 2018. La part d'audience de la chaîne était inférieure à 0,1 pt.

PARTS D'AUDIENCE DES CHÂÎNES THÉMATIQUES ENTRE JANVIER ET JUIN 2018
(en italique, les chaînes non conventionnées en France)

CHAÎNES MUSICALES	
CHAÎNES	PART D'AUDIENCE EN %
NRJ Hits	0,2
M6 Music	0,1
<i>MTV</i>	<i>0,1</i>
RFM TV	0,1
Trace Urban	<0,1
MCM	<0,1
MCM Top	<0,1
<i>MTV Hits</i>	<i><0,1</i>
Virgin Radio TV	<0,1
TOTAL	0,5 %
MOYENNE	0,06 %

CHAÎNES GÉNÉRALISTES	
CHAÎNES	PART D'AUDIENCE EN %
TV Breizh	0,7
Paris Première	0,6
Téva	0,4
<i>RTL9</i>	<i>0,6</i>
<i>E!</i>	<i><0,1</i>
TV5 Monde	0,1
<i>Bet</i>	<i><0,1</i>
Elle Girl	0,1
Non Stop People	<0,1
<i>My Cuisine</i>	<i><0,1</i>
My Zen TV	<0,1
TOTAL	2,5 %
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>	<i>0,1</i>
Canal+ Décadé	0,1
Ciné+ Famiz	0,1
<i>Paramount Channel</i>	<i>0,1</i>
Ciné+ Classic	0,1
Ciné+ Club	0,1
Ciné+ Emotion	0,1
<i>Disney Cinéma</i>	<i>0,1</i>
<i>Paramount Channel Décadé</i>	<i><0,1</i>
Polar+	0,3
<i>Sundance TV</i>	<i><0,1</i>
TOTAL	1,9 %
MOYENNE	0,13%

CHAÎNES SPORT	
CHAÎNES	PART D'AUDIENCE EN %
BeIN SPORTS 1	0,6
Canal+ Sport	0,3
Eurosport 1	0,2
Eurosport 2	0,2
AB Moteurs	0,1
BeIN SPORTS 2	0,1
BeIN SPORTS 3	0,1
Equidia	0,1
Infosport+	0,1
SFR Sport 1	<0,1
SFR Sport 2	<0,1
BFM Sport	<0,1
Motorsport.tv	<0,1
OL TV	<0,1
TOTAL	1,8 %
MOYENNE	0,13 %

CHAÎNES JEUNESSE	
CHAÎNES	PART D'AUDIENCE EN %
Disney Channel	0,4
<i>Nickelodeon Junior</i>	<i>0,3</i>
<i>Boomerang</i>	<i>0,3</i>
Disney Channel +1	0,1
<i>Disney Junior</i>	<i>0,2</i>
Canal J	0,1
<i>Cartoon Network</i>	<i>0,1</i>
Tiji	0,1
<i>Nickelodeon Teen</i>	<i><0,1</i>
Piwi+	0,1
<i>Boing</i>	<i>0,1</i>
<i>Nickelodeon</i>	<i>0,1</i>
Télétoon+	0,1
<i>Boomerang +1</i>	<i><0,1</i>
<i>Disney XD</i>	<i><0,1</i>
<i>Gong Base</i>	<i><0,1</i>
J-One	<0,1
<i>Nickelodeon+1</i>	<i><0,1</i>
Télétoon +1	<0,1
<i>Discovery Family</i>	<i>0,1</i>
TOTAL	2,0 %
MOYENNE	0,11 %

CHAÎNES DOCUMENTAIRES	
CHAÎNES	PART D'AUDIENCE EN %
Planète+ CI	0,3
<i>National Geographic</i>	<i>0,2</i>
<i>Discovery Channel</i>	<i>0,1</i>
<i>Nat Geo Wild</i>	<i>0,1</i>
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>	<i>0,1</i>
<i>Discovery Science</i>	<i>0,1</i>
Animax	<0,1
Chasse et Pêche	<0,1
MB Live TV	<0,1
Museum	<0,1
TOTAL	1,6 %
MOYENNE	0,09 %

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

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

Source : Médiamétrie, Médiamat'Thématic, Ensemble univers Médiamat Thématic.

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 :

- 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 de création, 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 » (décret 2010-416 du 27 avril 2010 et décret 2010-747 du 2 juillet 2010) 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.

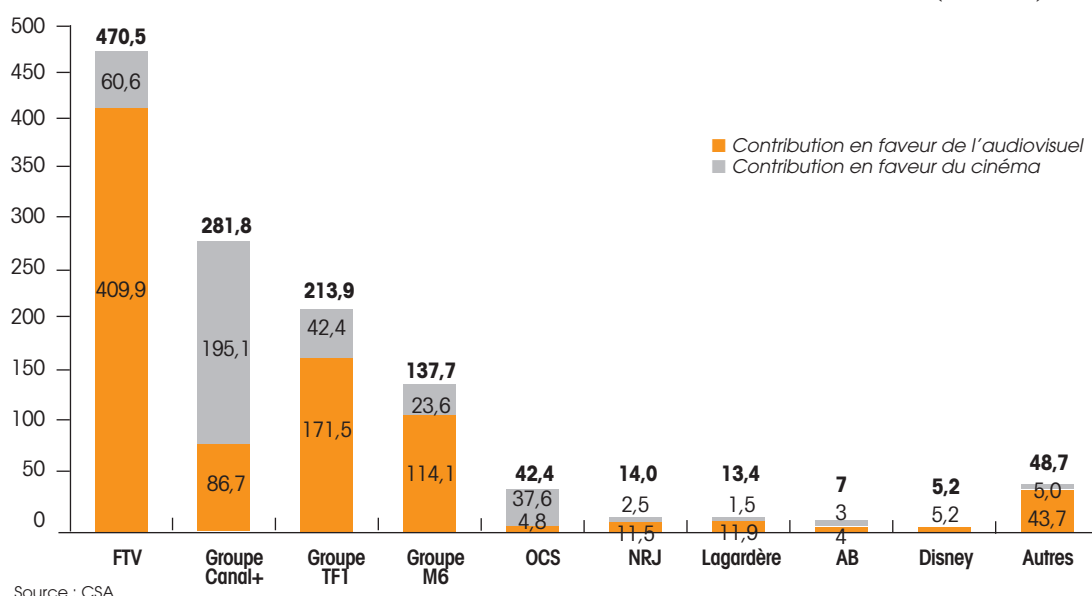
Le classement des diffuseurs qui financent des programmes audiovisuels aidés par le CNC a été modifié dans les statistiques établies par le CNC, afin de distinguer les services de télévision en fonction, d'une part, de leur actionnariat (public ou privé) et d'autre part, de leur mode d'accès (gratuit ou payant). L'ensemble des diffuseurs est désormais divisé en 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, La chaîne l'Equipe, NRJ12, TFX, RMC Story, RMC Découverte, TMC et W9). A noter que TF1 Séries Films, La chaîne l'Equipe et RMC Découverte n'investissent 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 : 25 services en ligne dont des déclinaisons internet de chaînes télévisées (Arte Concert, Canalplus.fr, France.tv), Classicall.tv (depuis 2011), Medici.tv (ex Museec), Mmediatv.
- Les chaînes locales sont également intégrées, soit 42 chaînes qui participent à la production d'œuvres audiovisuelles aidées par le CNC.

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 2017 à 1,235 milliard d'euros ⁽¹⁾ (contre 1,244 milliard d'euros en 2016, soit une baisse de 1 %). Le groupe France Télévisions est le premier contributeur à la production, avec près de 470,5 M€ déclarés en 2017 (contre 453,8 M€ en 2016).

ENSEMBLE DES DÉPENSES RETENUES AU TITRE DES OBLIGATIONS DE PRODUCTION D'ŒUVRES AUDIOVISUELLES ET CINÉMATOGRAPHIQUES EN 2017 (en M€)



En 2017, les montants totaux des dépenses retenues au titre des obligations réglementaires en faveur du développement de la production audiovisuelle européenne sont en augmentation (863,4 M€ contre 834 M€ en 2016 pour la contribution audiovisuelle), alors que l'assiette de calcul des obligations de contribution à la production audiovisuelle diminue ⁽²⁾. Pour ce qui concerne la production cinématographique, les montants totaux des dépenses retenues au titre des obligations réglementaires en 2017 sont en baisse par rapport à 2016 (371,3 M€ contre 410,0 M€).

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 :

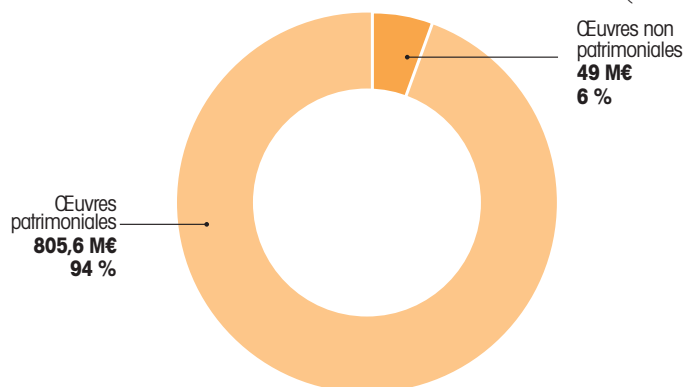
- a mis en place des mécanismes de bonification et de minoration de certaines dépenses ;
- limite la prise en compte de certaines dépenses ;
- permet, pour certains éditeurs, de prendre en compte des dépenses autres que les préachats, coproductions, achats de droits et conventions d'écriture (dépenses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

⁽¹⁾ Répartis entre 863,4 M€ pour la production audiovisuelle et 371,3 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 6,18 milliards d'euros en 2017 contre 6,21 milliards d'euros en 2016.

Dans ce contexte, au titre de l'exercice 2017, 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 854,6 M€ (contre 819,3 M€ en 2016, soit une hausse de 4,3 %). Les dépenses des diffuseurs en faveur des œuvres patrimoniales augmentent également, passant de 770,4 M€ ⁽⁴⁾ en 2016 à 805,6 M€ en 2017 (soit une augmentation de 4,6 %).

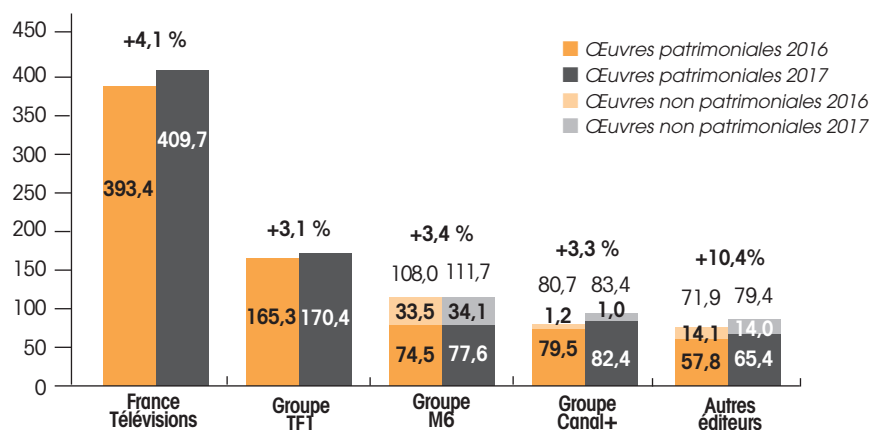
RÉPARTITION DES DÉPENSES RÉELLES DÉCLARÉES ENTRE ŒUVRES AUDIOVISUELLES PATRIMONIALES ET AUTRES QUE PATRIMONIALES EN 2017 (en M€ et en %)



Source : CSA

Les dépenses en faveur de la production d'œuvres audiovisuelles déclarées par les groupes audiovisuels dits « historiques » (TF1, M6, France Télévisions et Canal+) s'élèvent en 2017 à 775,2 M€ (contre 747,3 M€ en 2016, soit une hausse de 3,7 %), soit 90,7 % 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 2017 à 740,1 M€ (soit 95,5 % de leur contribution). Les dépenses dans la production audiovisuelle de Numéro 23 (désormais RMC Story) et des groupes France Télévisions ⁽⁶⁾, TF1, Canal+ ⁽⁷⁾ et du groupement de services OCS, sont exclusivement consacrées à des œuvres patrimoniales ⁽⁸⁾.

ÉVOLUTION DES INVESTISSEMENTS DANS LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE DES GROUPES AUDIOVISUELS ET VENTILATION ENTRE ŒUVRES AUDIOVISUELLES PATRIMONIALES ET ŒUVRES AUDIOVISUELLES AUTRES QUE PATRIMONIALES (2016 - 2017, en M€)



Source : CSA

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

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

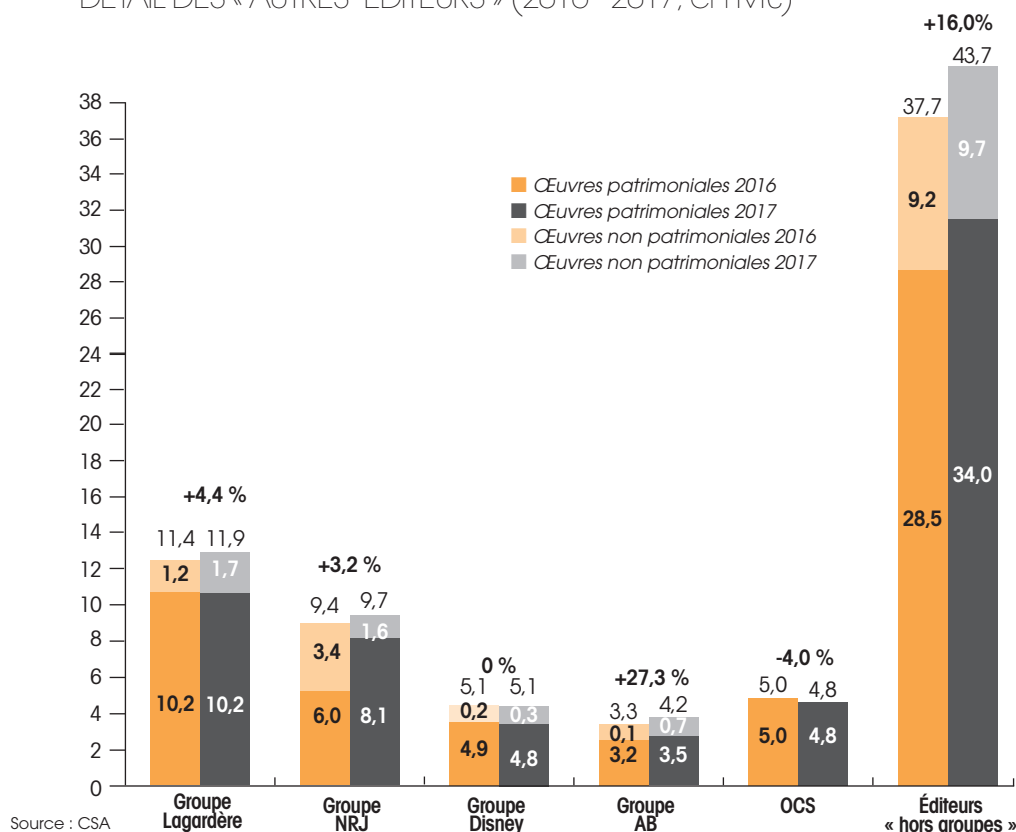
⁽⁵⁾ Depuis la promulgation des décrets « production » en 2010, la répartition par type de services (chaînes hertziennes dites « historiques », chaînes de la TNT autorisées à partir de 2003, chaînes payantes) est impossible à établir. En effet, ces textes donnent la possibilité aux groupes audiovisuels, 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, France Télévisions, Canal+, M6, NRJ, AB, Disney et Lagardère mettent en commun leurs contributions respectives en matière de production audiovisuelle. Leurs déclarations peuvent donc comporter 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.

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

⁽⁸⁾ Parmi les chaînes hertziennes historiques, seul le groupe M6 a opté pour un régime de contribution à la production audiovisuelle qui n'est pas uniquement consacré aux œuvres « patrimoniales ».

DÉTAIL DES « AUTRES ÉDITEURS » (2016 - 2017, en M€)



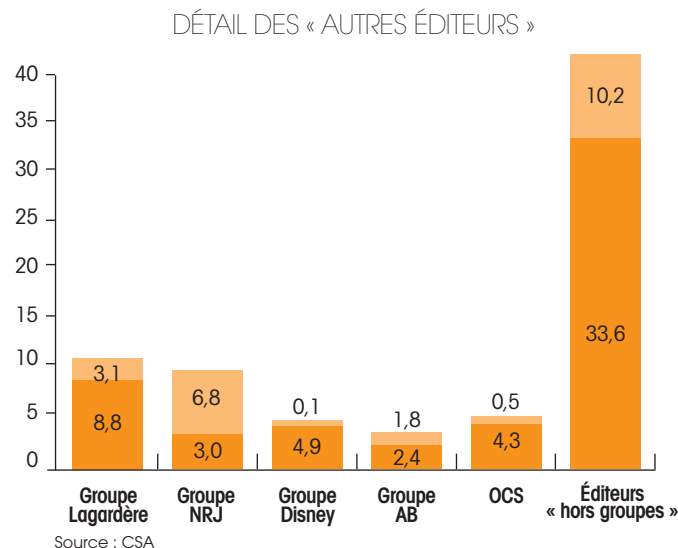
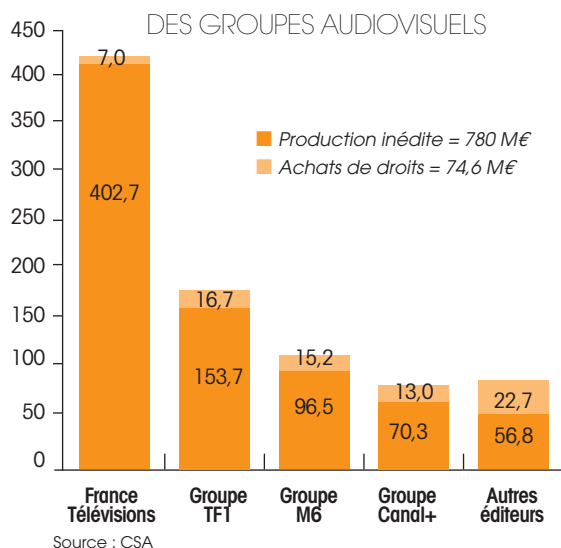
LES INVESTISSEMENTS DANS LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE INÉDITE

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 780 M€ (contre 74,6 M€ pour les achats de droits de diffusion) en 2017, soit 91,3 % du total des dépenses de production dans des œuvres audiovisuelles. Elles sont en hausse de 3,1 % par rapport à 2016, exercice sur lequel elles représentaient 756,4 M€ (contre 62,9 M€ pour les achats de droits de diffusion).

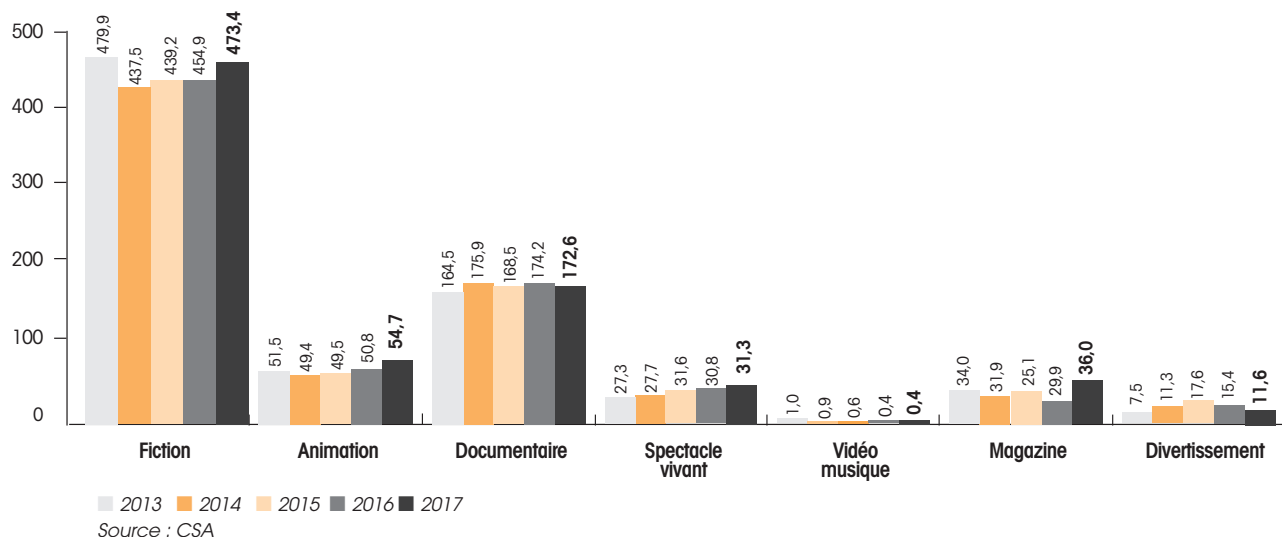
Les dépenses consacrées à la production inédite d'œuvres européennes ou d'expression originale française (préachats et coproductions) déclarées par les groupes audiovisuels dits « historiques » s'élèvent en 2017 à 723,2 M€ (contre 702,8 M€ en 2016), soit 92,7 % de la contribution totale de l'ensemble des éditeurs de services à la production inédite (780,0 M€).

DÉPENSES DANS LA PRODUCTION INÉDITE ET DANS LES ACHATS DE DROITS EN 2017 (en M€)



Sur les trois derniers exercices, les investissements dans la fiction inédite ont augmenté (+3,5 % en 2016 et +4 % en 2017). En revanche, les dépenses de production inédite déclarées en 2017 pour les catégories « documentaire » et « divertissement » accusent une baisse par rapport à 2016 (respectivement -0,9 % et -24,7 %).

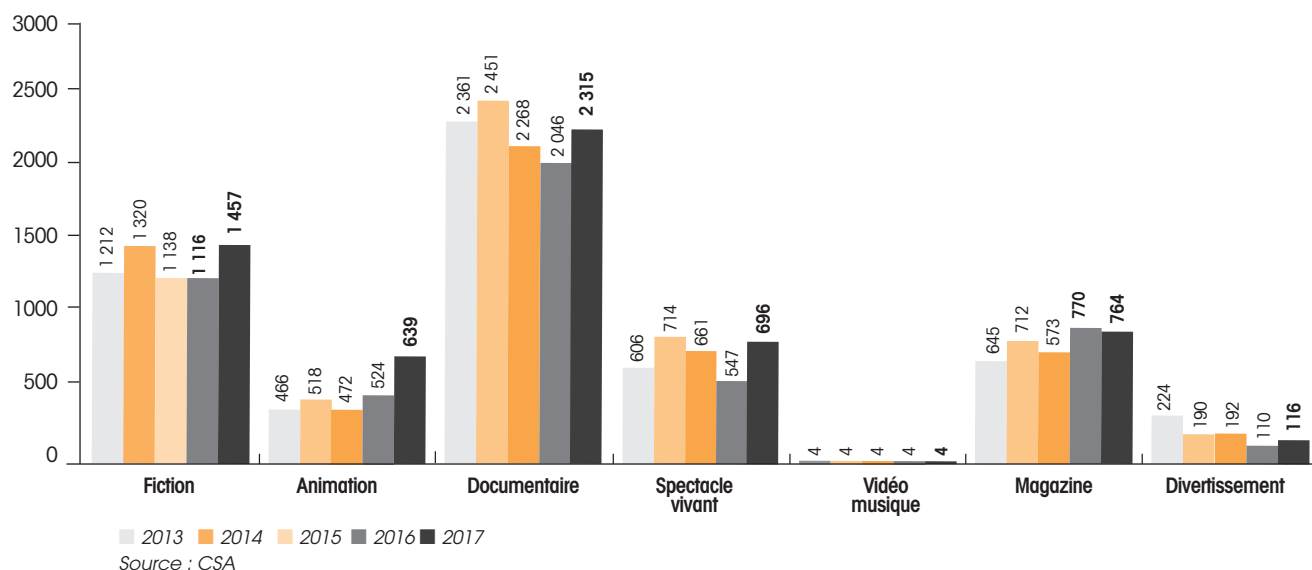
DÉPENSES DANS LA PRODUCTION D'OEUVRES AUDIOVISUELLES INÉDITES PAR GENRE : ÉVOLUTION DES DÉPENSES DÉCLARÉES DE 2013 À 2017 EN VOLUME FINANCIER (en M€)



En 2017, les dépenses dans la production inédite (préachats et coproductions) déclarées par les éditeurs ont permis la production de 5 991 heures d'œuvres audiovisuelles contre 5 116 heures en 2016, soit une augmentation de 875 heures (+17 %). On peut notamment relever que :

- le volume horaire de la fiction a augmenté de 341 heures entre 2016 et 2017, ainsi que les dépenses (+18,5 M€) ;
- le volume horaire du documentaire augmente entre 2016 et 2017 (+269 heures) alors que les dépenses diminuent (-1,6 M€) ;
- le volume horaire du spectacle vivant augmente de 150 heures entre 2016 et 2017, de même que les investissements dans ce genre de programmes (+0,5 M€) ;
- le volume horaire et le montant des dépenses liés à l'animation augmentent entre 2016 et 2017 (respectivement +115 heures et +3,9 M€).

DÉPENSES DE PRODUCTION D'OEUVRES AUDIOVISUELLES INÉDITES PAR GENRE : ÉVOLUTION DES DÉPENSES DÉCLARÉES DE 2013 À 2017 EN VOLUME HORAIRE



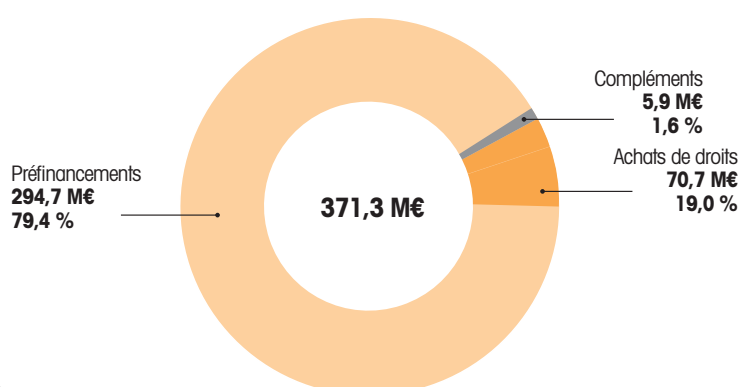
2. CONTRIBUTION À LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE

Au titre de l'exercice 2017, les dépenses déclarées par les éditeurs de services au titre de la contribution à la production d'œuvres cinématographiques européennes s'élèvent à 371,3 M€ contre 410,0 M€ en 2016, soit une baisse de près de 10 %.

La tendance baissière des contributions affecte également les dépenses de production dans des œuvres cinématographiques d'expression originale française puisqu'elles s'élèvent à 313,7 M€ en 2017 contre 342,4 M€ en 2016 (-9 %).

79,4 % des dépenses dans la production d'œuvres cinématographiques européennes ont été déclarés au titre des dépenses de préachats ou de coproductions, à hauteur de 294,7 M€ (contre 325,7 M€ en 2016, soit une baisse près de 10 %).

RÉPARTITION DES DÉPENSES DANS LA PRODUCTION D'ŒUVRES CINÉMATOGRAPHIQUES EUROPÉENNES EN 2017

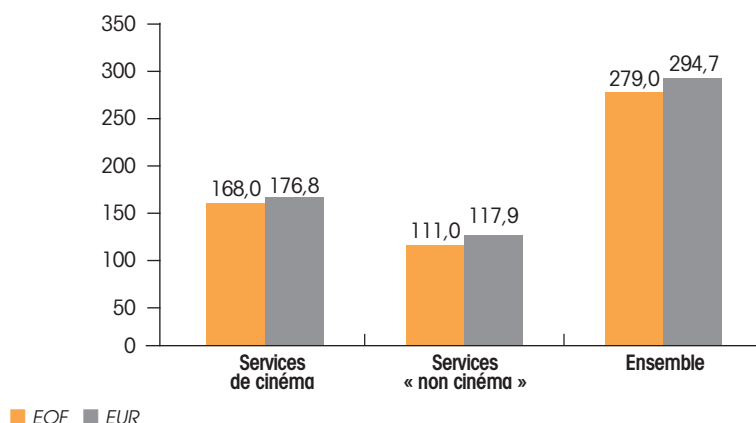


Source : CSA

En 2017, les services de cinéma ont investi 176,8 M€ dans le préfinancement d'œuvres cinématographiques européennes (contre 206,7 M€ en 2016, soit une baisse de plus de 14 %) et 168,0 M€ dans le préfinancement d'œuvres d'expression originale française (contre 193,8 M€ en 2016, soit une baisse de plus de 13 %). Ces baisses s'expliquent par une diminution en 2017 des investissements dans la production d'œuvres cinématographiques des chaînes Canal+ (diminution de 19,5 % dans la production d'œuvres cinématographiques européennes et de 22 % dans la production d'œuvres cinématographiques EOF).

Les investissements des services autres que de cinéma déclarés en 2017 dans le préfinancement d'œuvres cinématographiques européennes et d'expression originale française s'établissent respectivement à 117,9 M€ (contre 119,1 M€ en 2016) et 111,0 M€ (contre 110,3 M€ en 2016, en relative stabilité par rapport à l'année précédente).

INVESTISSEMENTS DANS LE PRÉFINANCEMENT D'ŒUVRES CINÉMATOGRAPHIQUES EUROPÉENNES ET D'EXPRESSION ORIGINALE FRANÇAISE EN 2017 PAR TYPE DE CHAÎNES



Sources : CSA - DP - DCM

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 2017 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	141,9 M€	38,2 %	133,3 M€	42,5 %
Hertziens	138,4 M€	37,3 %	130 M€	41,4 %
Non hertziens	3,5 M€	0,9 %	3,3 M€	1,1 %
SERVICES DE CINÉMA	229,4 M€	61,8 %	180,4 M€	57,5 %
dont chaînes Canal+ ⁽⁹⁾	158,1 M€	42,6 %	121,2 M€	38,6 %
dont Ciné+, OCS et AB Cinéma	71,3 M€	19,2 %	59,2 M€	18,9 %
TOTAL	371,3 M€	100 %	313,7 M€	100 %

Source : CSA – DP – DCM

En 2017, sur les 138,4 M€ investis par les éditeurs hertziens dans la production d'œuvres cinématographiques européennes (TF1, France 2, France 3, France 4, M6, C8, TMC, NT1 – désormais TFX–, HD1 – désormais TF1 Séries Films, W9, 6ter, Gulli, NRJ12, N23 – désormais RMC Story–, Chérie 25), 112,4 M€ l'ont été par les groupes « historiques » (France Télévisions, TF1, M6), soit 81,2 %.

Les investissements des chaînes Canal+ représentent 69 % des investissements de l'ensemble des chaînes de cinéma dans les œuvres européennes et d'expression originale française.

Les deux autres groupements de services de cinéma, Ciné+ et OCS, ont respectivement investi 30,9 M€ ⁽¹⁰⁾ et 37,6 M€ ⁽¹¹⁾ dans des œuvres cinématographiques européennes en 2017.

⁽⁹⁾ Le bilan des obligations de Canal+ est en cours d'examen.

⁽¹⁰⁾ Dont 25,7 M€ dans les œuvres d'expression originale française.

⁽¹¹⁾ Dont 31,5 M€ dans les œuvres d'expression originale française.

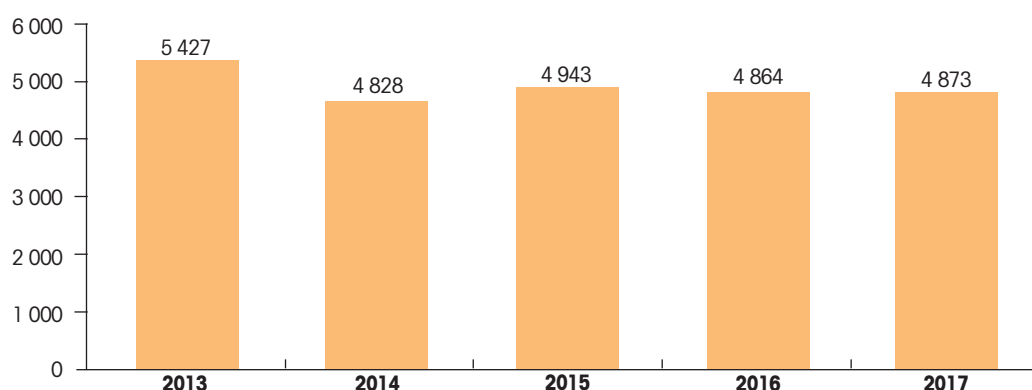
2^{ème} PARTIE : LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE ET CINÉMATOGRAPHIQUE À PARTIR DES DONNÉES DU CNC

1. LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE

ÉQUILIBRE GLOBAL

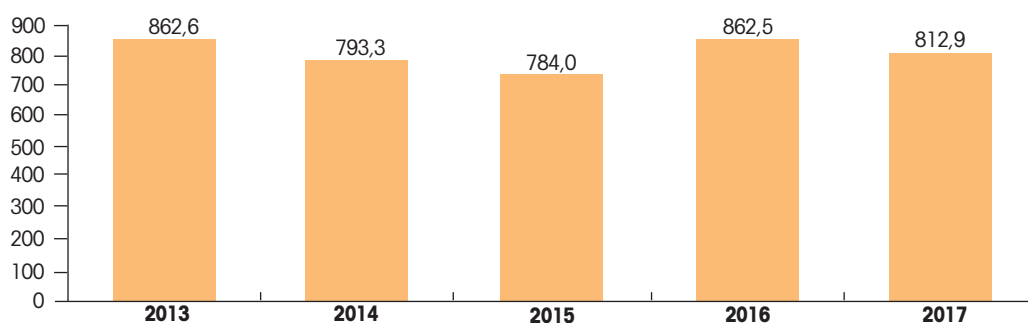
En 2017, les chaînes (chaînes gratuites, chaînes payantes, chaînes locales et services en ligne) ont commandé 4 873 heures de programmes audiovisuels aidés par le CNC, contre 4 864 heures en 2016, soit un volume stable (+0,2 %). Les services en ligne voient leurs heures de programmes audiovisuels progresser (+10,1 %), avec une commande qui passe de 333 heures en 2016 à 367 heures en 2017 (dont 127 heures pour France.tv, 51 heures pour Classica.tv, 48 heures pour Arte Concert). Avec 812,9 M€ d'investissements en 2017, contre 862,5 M€ en 2016, les apports des chaînes sont en baisse de 5,8 % entre 2016 et 2017. Les investissements dans la production audiovisuelle aidée par le CNC des chaînes privées nationales gratuites diminuent (-10,6 % entre 2016 et 2017), ainsi que ceux des chaînes publiques nationales (-5,7 %).

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



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

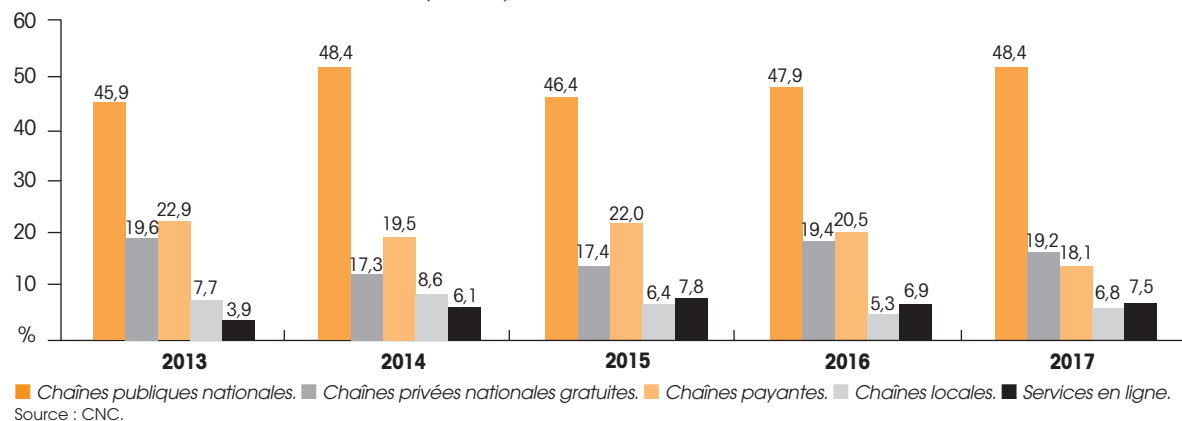
APPORTS * DES CHÂÎNES DANS LES ŒUVRES AUDIOVISUELLES AIDÉES (en M€)



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

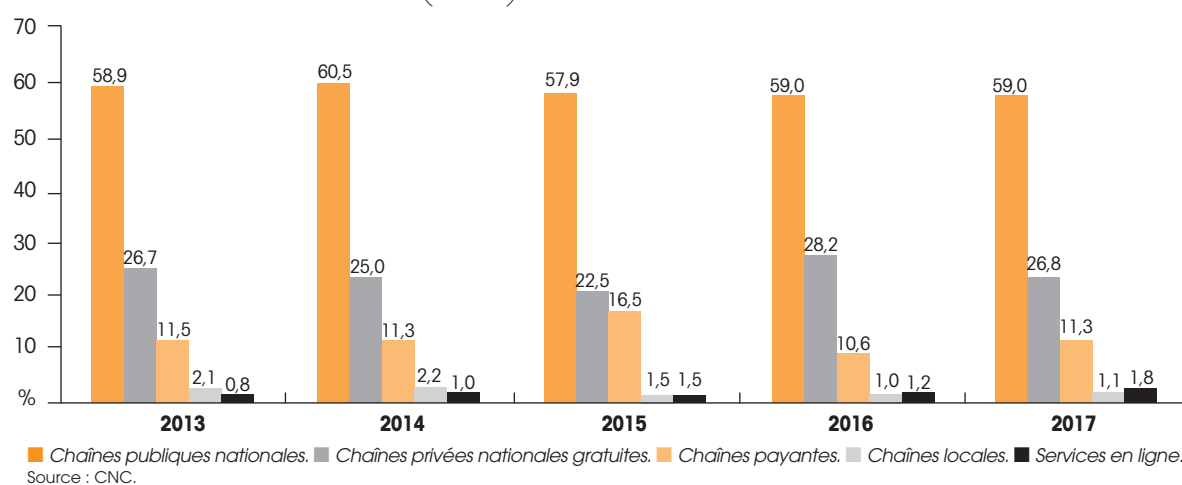
Les chaînes nationales gratuites (publiques et privées) initient 67,5 % du nombre d'heures commandées par l'ensemble des chaînes en 2017. Les chaînes payantes commandent 18,1 % du volume horaire de programmes audiovisuels aidés. En 2017, 21 services en ligne sont premiers diffuseurs de programmes audiovisuels. Ils initient 7,5 % du volume d'heures commandées par les diffuseurs en 2017. Les chaînes locales commandent 6,8 % des heures aidées par le CNC (5,3 % en 2016).

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



En 2017, les chaînes nationales gratuites (publiques et privées) financent la production audiovisuelle aidée à hauteur de 696,9 M€, soit 85,7 % de l'ensemble des investissements des chaînes (87,2 % en 2016). La participation des chaînes payantes représente 11,3 % des investissements des diffuseurs en 2017 (10,6 % en 2016). Les services en ligne contribuent à hauteur de 14,8 M€, soit 1,8 % des investissements totaux (1,2 % en 2016) et les chaînes locales à 1,1 % des investissements (1,0 % en 2016).

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€)

	2013	2014	2015	2016	2017	% **	ÉVOLUTION 2017 / 2016
Chaînes publiques	508,3	480,0	454,0	508,7	479,5	59,0 %	-5,7 %
Chaînes privées	229,9	198,1	176,5	243,2	217,5	26,8 %	-10,6 %
Chaînes gratuites	738,2	678,0	630,5	751,9	696,9	85,7 %	-7,3 %
Canal+	52,0	53,0	81,2	46,6	53,5	6,6 %	+14,8 %
Autres chaînes payantes	47,9	36,4	48,5	45,1	38,4	4,7 %	-15,0 %
Chaînes payantes	99,9	89,4	129,7	91,8	91,9	11,3 %	+0,1 %
Chaînes locales	17,5	17,4	11,6	8,3	9,1	1,1 %	+10,4 %
Services en ligne	6,8	8,2	12,1	10,6	14,8	1,8 %	+40,0 %
TOTAL	862,6	793,3	784,0	862,5	812,9	100,0 %	-5,8 %

* Apports tous rangs de diffusion confondus.

** Part des apports dans l'ensemble des chaînes en 2017.

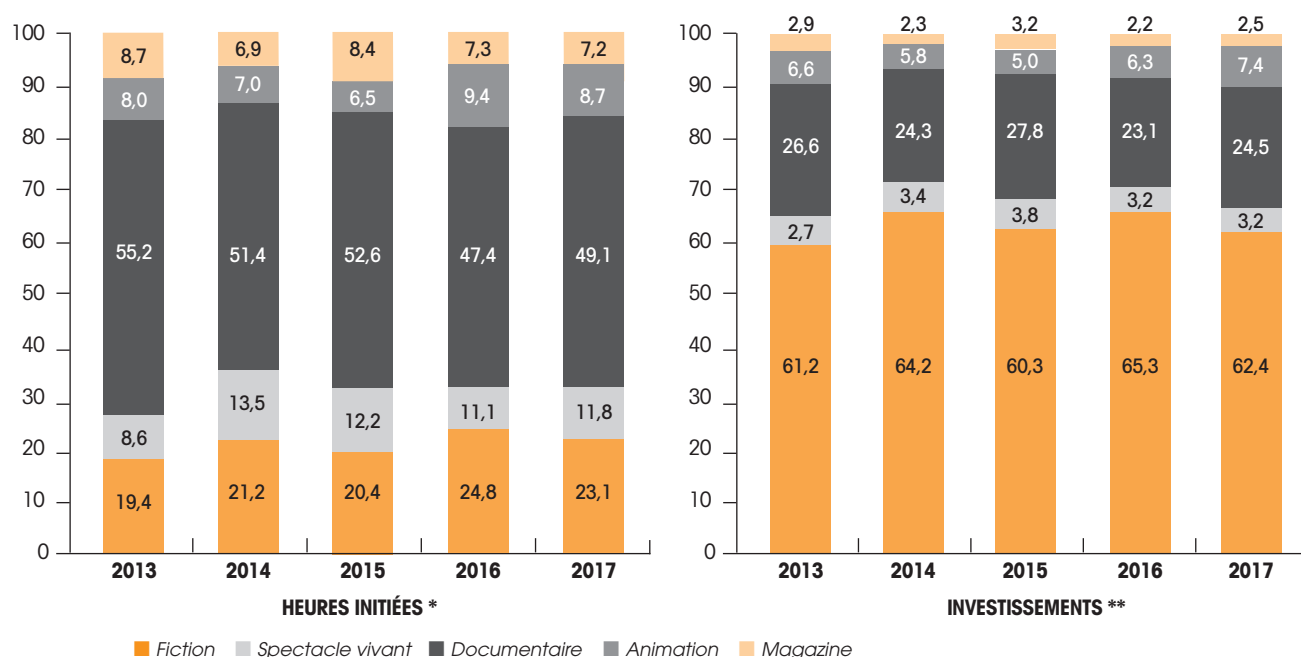
Source : CNC.

CONTRIBUTION DES CHÂÎNES GRATUITES ⁽¹²⁾

En 2017, les chaînes nationales gratuites (publiques et privées) sont à l'origine de 3 290 heures de programmes aidés, soit un volume stable par rapport à 2016 (+0,4 %). Les volumes commandés par les chaînes gratuites reculent dans tous les genres sauf en documentaire (+4,1 %) et en spectacle vivant (+7,0 %).

Entre 2016 et 2017, les apports des chaînes gratuites passent de 751,9 M€ à 696,9 M€, soit une baisse de 7,3 %. Les investissements augmentent dans l'animation (+9,6 % par rapport à 2016) et dans le magazine (+7,4 %). Ils diminuent dans la fiction (-11,5 %). Avec 62,4 % de l'investissement des chaînes gratuites, la fiction reste en 2017 le premier genre financé, loin devant le documentaire (24,5 % 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 2 356 heures de programmes (+1,1 % par rapport à 2016), soit 48,4 % du volume total aidé en 2017 (47,9 % en 2016). Tous rangs de diffusion confondus, elles investissent 479,5 M€ (-5,7 % par rapport à 2016), soit 59,0 % de l'ensemble des apports des diffuseurs, comme en 2016.

En 2017, les chaînes du groupe France Télévisions (France 2, France 3, France 3 Régions, France 4, France 5, France Ô et Outremer 1^{ère}) commandent 1 850 heures de programmes en tant que premier diffuseur, soit une hausse de 1,6 % par rapport à 2016. Elles y consacrent 406,7 M€ tous rangs de diffusion confondus, soit 5,3 % de moins que l'année précédente, et comptent pour la moitié de l'investissement total des chaînes de télévision (50,0 %).

Les chaînes nationales privées gratuites initient 934 heures, soit une baisse de 1,3 % par rapport à 2016. Ce volume représente 19,2 % du volume total aidé en 2017 (19,4 % en 2016). Tous rangs de diffusion confondus, leurs investissements s'élèvent à 217,5 M€ (-10,6 %), soit 26,8 % des apports totaux des diffuseurs en 2017 (28,2 % en 2016).

En 2017, les chaînes privées historiques (TF1 et M6) enregistrent une hausse de leurs commandes en tant que premiers diffuseurs (+7,4 %) et une diminution de leurs apports tous rangs de diffusion confondus (-11,7 %). Leur part dans les heures totales aidées passe de 9,6 % en 2016 à 10,3 % en 2017. Elles assurent 22,7 % des investissements totaux des diffuseurs en 2017, contre 24,3 % en 2016.

Dix chaînes privées de la TNT gratuite investissent dans des œuvres audiovisuelles aidées par le CNC, contre douze en 2016. En tant que premiers diffuseurs, elles commandent 431 heures de programmes, soit 9,7 % de moins qu'en 2016. Les investissements des nouvelles chaînes de la TNT dans la production audiovisuelle diminuent : -3,7 % à 32,8 M€.

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

ŒUVRES AUDIOVISUELLES INITIÉES PAR LES CHAÎNES NATIONALES GRATUITES

HEURES *	2013	2014	2015	2016	2017	% **	ÉVOLUTION 2017-2016
Fiction	691	672	644	812	761	87,4 %	-6,3 %
Spectacle vivant	305	428	383	364	390	37,8 %	+7,0 %
Documentaire	1 964	1 629	1 659	1 553	1 617	71,1 %	+4,1 %
Animation	286	223	204	307	286	81,0 %	-7,0 %
Magazine d'intérêt culturel	309	220	266	240	237	67,7 %	-1,2 %
TOTAL	3 554	3 172	3 155	3 277	3 290	67,5 %	+0,4 %

* Heures en tant que premier diffuseur.

** Part dans l'ensemble des heures aidées par les chaînes en 2017.

Source : CNC.

INVESTISSEMENTS DES CHAÎNES NATIONALES GRATUITES DANS LES ŒUVRES AUDIOVISUELLES AIDÉES

M€ *	2013	2014	2015	2016	2017	% **	ÉVOLUTION 2017-2016
Fiction	451,7	435,6	380,4	491,3	434,9	88,5 %	-11,5 %
Spectacle vivant	19,7	23,1	24,0	23,7	22,3	52,1 %	-5,9 %
Documentaire	196,6	164,6	175,0	173,5	170,7	87,4 %	-1,6 %
Animation	48,5	39,5	31,3	47,2	51,7	81,6 %	+9,6 %
Magazine d'intérêt culturel	21,6	15,3	19,9	16,2	17,4	88,7 %	+7,4 %
TOTAL	738,2	678,0	630,5	751,9	696,9	85,7 %	-7,3 %

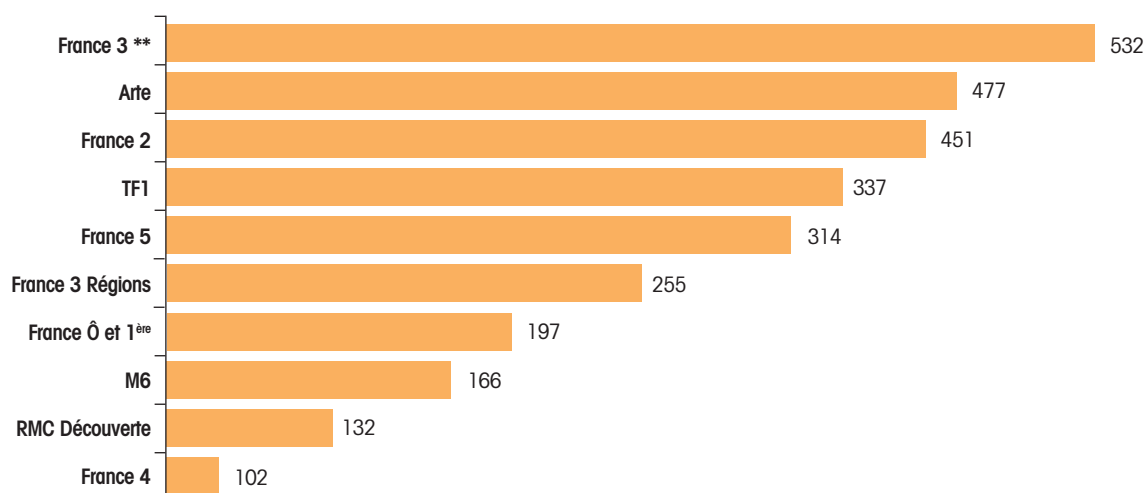
* Apports tous rangs de diffusion confondus.

** Part dans l'ensemble des investissements des chaînes en 2017.

Source : CNC.

Avec 532 heures en tant que premier diffuseur en 2017, France 3 (hors France 3 Régions) reste la première chaîne gratuite en termes de volume de commandes. TF1 arrive première des chaînes privées gratuites (337 heures en 2017) avec une commande très inférieure à celle de France 3. Elle se classe en quatrième position des chaînes gratuites.

LES CHAÎNES GRATUITES LES PLUS ACTIVES EN TERMES D'HEURES COMMANDÉES* EN 2017



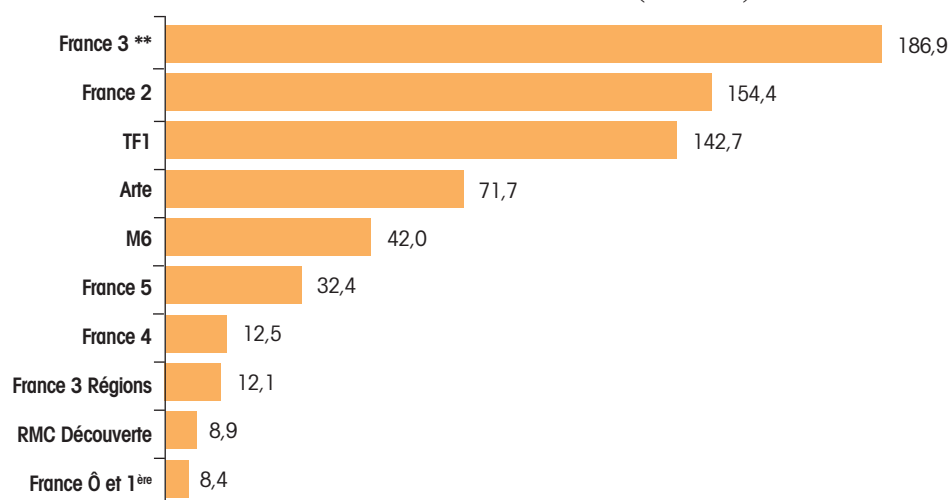
* En tant que premier diffuseur.

** Hors France 3 Régions.

Source : CNC.

La hiérarchie des chaînes gratuites en termes d'investissements diffère sensiblement de celle des volumes. Trois chaînes (France 3, France 2 et TF1) réalisent à elles seules 69,4 % des investissements des chaînes gratuites. Deux chaînes privées, TF1 et M6, figurent parmi les cinq premiers investisseurs, avec des montants respectifs de 142,7 M€ et 42,0 M€.

LES CHÂÎNES GRATUITES LES PLUS ACTIVES EN TERMES D'INVESTISSEMENTS * EN 2017 (en M€)



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

CONTRIBUTION DES CHÂÎNES PAYANTES

En 2017, 45 chaînes payantes (y compris Canal+) financent des œuvres audiovisuelles aidées par le CNC (contre 47 en 2016). Ces chaînes commandent 883 heures en tant que premiers diffuseurs (-11,3 % par rapport à 2016). Les chaînes payantes initient 18,1 % de l'ensemble des heures aidées (20,5 % en 2016). Le volume d'heures initiées par Canal+ diminue de 18,9 % à 92 heures (114 heures en 2016).

ŒUVRES AUDIOVISUELLES INITIÉES PAR LES CHÂÎNES PAYANTES (y compris Canal+)

HEURES *	2013	2014	2015	2016	2017	% **	ÉVOLUTION 2017-2016
Fiction	77	66	81	59	84	9,6	+40,6 %
Spectacle vivant	181	136	211	210	185	17,9	-12,0 %
Documentaire	828	678	642	539	471	20,8	-12,6 %
Animation	33	35	73	79	62	17,6	-20,9 %
Magazine d'intérêt culturel	123	27	80	109	82	23,5	-25,3 %
TOTAL	1 242	942	1 087	996	883	18,1	-11,3 %

* Heures en tant que premier diffuseur.
 ** Part dans l'ensemble des heures aidées des chaînes en 2017.
 Source : CNC.

Les investissements des chaînes payantes dans les programmes audiovisuels aidés s'élèvent à 91,9 M€ et sont stables par rapport à 2016 (+14,8 % pour Canal+).

INVESTISSEMENTS DES CHÂÎNES PAYANTES DANS LES ŒUVRES AUDIOVISUELLES AIDÉES (y compris Canal+)

M€ *	2013	2014	2015	2016	2017	% **	ÉVOLUTION 2017-2016
Fiction	48,0	47,0	80,4	42,0	53,2	10,8	+26,4 %
Spectacle vivant	3,5	3,9	6,6	6,9	5,7	13,3	-18,0 %
Documentaire	36,1	30,8	29,1	26,6	20,3	10,4	-23,6 %
Animation	8,7	7,0	11,2	14,0	11,0	17,3	-21,6 %
Magazine d'intérêt culturel	3,2	0,5	2,4	2,1	1,7	8,6	-20,0 %
TOTAL	99,5	89,3	129,7	91,8	91,9	11,3	+0,1 %

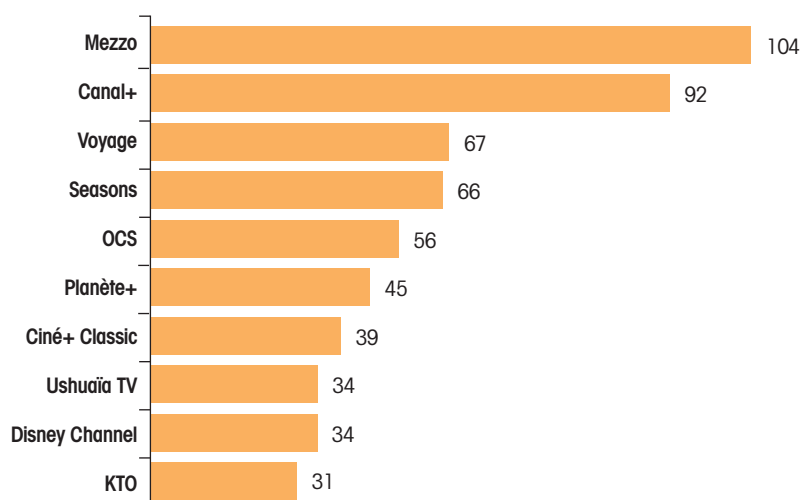
* Apports tous rangs de diffusion confondus.
 ** Part dans l'ensemble des investissements des chaînes en 2017.
 Source : CNC.

Canal+ est à l'origine de 10,4 % des heures commandées par les chaînes payantes en 2017 (11,4 % en 2016) et de 58,2 % des investissements réalisés par ces chaînes (50,8 % en 2016). La chaîne cryptée augmente ses apports dans la fiction (+31,8 % en valeur tous rangs de diffusion confondus). A l'inverse, elle diminue ses apports dans le documentaire (-45,4 %) et l'animation (-34,3 %).

En 2017, le volume de commandes des chaînes payantes (hors Canal+) diminue de 10,4 % à 791 heures en tant que premiers diffuseurs. Ces chaînes apportent 38,4 M€ à la production audiovisuelle de programmes aidés, soit une baisse de 15,0 % par rapport à 2016.

En 2017, avec 104 heures commandées (contre 110 en 2016), Mezzo arrive en première position du classement des chaînes payantes en volume, devant Canal+ (92 heures, contre 114 en 2016). Arrivent ensuite Voyage (67 heures, contre 60 en 2016) et Seasons (66 heures, contre 69 en 2016).

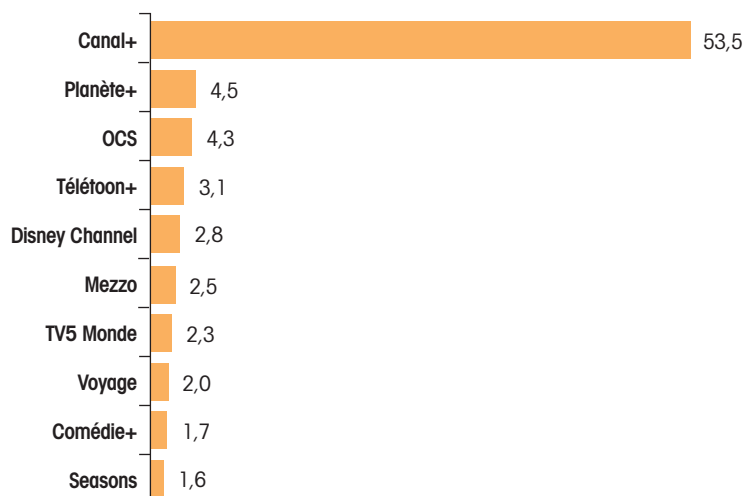
LES 10 CHÂÎNES PAYANTES LES PLUS ACTIVES EN TERMES D'HEURES COMMANDÉES* EN 2017



* En tant que premier diffuseur.
Source : CNC.

En 2017, avec 53,5 M€ investis, Canal+ représente à elle seule 58,2 % des investissements de l'ensemble des chaînes payantes. Suivent Planète+ avec un apport total de 4,5 M€ en 2017 (-35,0 % par rapport à 2016), OCS (4,3 M€ contre 4,5 M€ en 2016), Télétoon+ (3,1 M€ contre 1,3 M€ en 2016) et Disney Channel (2,8 M€ contre 2,6 M€ en 2016).

LES 10 CHÂÎNES PAYANTES LES PLUS ACTIVES EN TERMES D'INVESTISSEMENTS** EN 2017 (en M€)



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

En 2017, les volumes horaires commandés par les chaînes payantes (hors la chaîne Canal+) augmentent dans la fiction (+65,2 %) et l'animation (+14,4 %) et diminuent dans le magazine (-30,1 %), le documentaire (-10,7 %), et le spectacle vivant (-13,4 %).

Entre 2016 et 2017, les apports des chaînes payantes (hors la chaîne Canal+) passent de 45,1 M€ à 38,4 M€, soit une baisse de 15,0 %. Les investissements augmentent dans la fiction (+1,4 % par rapport à 2016) mais diminuent dans le magazine (-34,2 %), le spectacle vivant (-23,1 %), le documentaire (-17,4 %) et l'animation (-12,1 %) Avec 44,5 % de l'investissement des chaînes payantes (hors la chaîne Canal+), le documentaire reste en 2017 le premier genre financé.

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

HEURES *	2013	2014	2015	2016	2017	% **	ÉVOLUTION 2017-2016
Fiction	32	25	19	26	43	4,9	+65,2 %
Spectacle vivant	180	133	211	207	179	17,3	-13,4 %
Documentaire	760	605	608	502	448	19,8	-10,7 %
Animation	26	10	67	39	44	12,5	+14,4 %
Magazine d'intérêt culturel	108	27	80	109	77	22,0	-30,1 %
TOTAL	1106	800	984	883	791	16,2	-10,4 %

* Heures en tant que premier diffuseur.

** Part dans l'ensemble des heures aidées des chaînes en 2017.

Source : CNC.

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

M€ *	2013	2014	2015	2016	2017	% **	ÉVOLUTION 2017-2016
Fiction	6,4	6,2	5,8	7,5	7,6	1,5	+1,4 %
Spectacle vivant	3,4	3,9	6,6	6,8	5,3	12,3	-23,1 %
Documentaire	27,4	21,9	24,4	20,7	17,1	8,7	-17,4 %
Animation	8,0	3,8	9,3	8,0	7,1	11,1	-12,1 %
Magazine d'intérêt culturel	2,3	0,5	2,4	2,1	1,4	7,1	-34,2 %
TOTAL	47,4	36,3	48,5	45,1	38,4	4,7	-15,0 %

* Apports tous rangs de diffusion confondus.

** Part dans l'ensemble des investissements des chaînes en 2017.

Source : CNC.

2. LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE

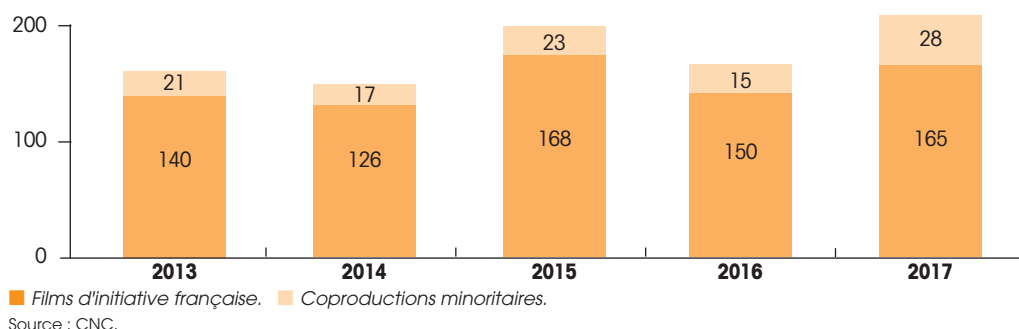
ÉQUILIBRE GLOBAL

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.

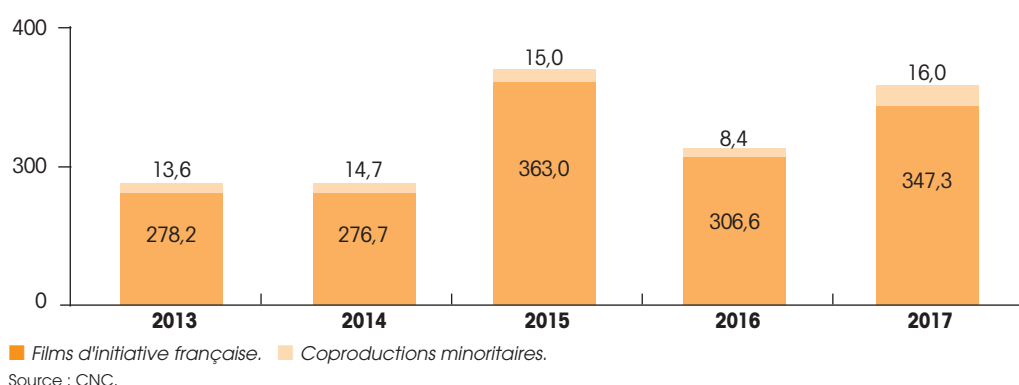
En 2017, parmi les 300 films agréés par le CNC, les chaînes de télévision (payantes et gratuites) ont préfinancé 193 films (64,3 % des films agréés) dont 165 d'initiative française (165 films dont 150 d'initiative française en 2016), soit 74,3 % des films d'initiative française. 34 films d'initiative française sont financés par une seule chaîne de télévision en 2017 (32 en 2016). À l'inverse, trois films sont financés par cinq chaînes (quatre en 2016).

A 363,29 M€, les investissements des chaînes de télévision progressent en 2017 (+15,3 %), pour un nombre de films financés en hausse de 17,0 %, soit +28 films.

NOMBRE DE FILMS AGRÉÉS FINANÇÉS PAR LES CHAÎNES

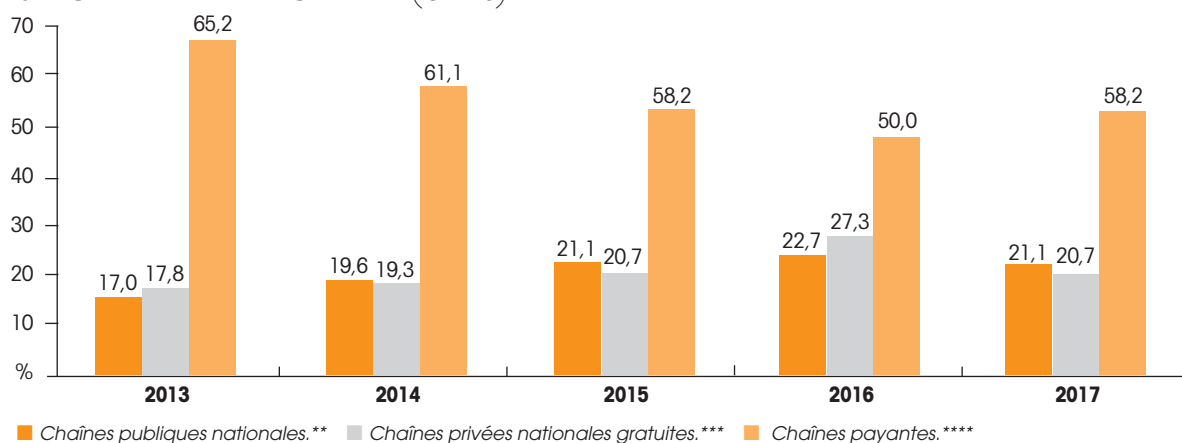


INVESTISSEMENTS DES CHAÎNES DANS LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE AGRÉÉE PAR LE CNC (en M€)



En 2017, les investissements de quatre chaînes payantes sont recensés (Canal+, Ciné+, OCS et TV5 Monde). Ils comptent pour 58,2 % 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 21,1 % du total des investissements des chaînes, tandis que sept chaînes privées gratuites (C8, TF1 Séries Films, M6, TFX, TF1, TMC, W9) participent à hauteur de 20,7 %.

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



* Préachats + apports en coproduction.

** Chaînes publiques dont les investissements sont recensés en 2017 : Arte, France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô.

*** Chaînes privées nationales gratuites dont les investissements sont recensés en 2017 : C8, Gulli, TF1 Séries Films, M6, NRJ12, TFX, TF1, TMC, W9.

**** Chaînes payantes dont les investissements sont recensés en 2017 : 13^{ème} Rue, Canal+, Canal J, Ciné+, OCS et TV5 Monde.

Source : CNC.

CONTRIBUTION DES CHÂÎNES GRATUITES

En 2017, parmi les 300 films agréés, les chaînes gratuites ont financé 128 films au total, dont 117 films d'initiative française (105 films dont 98 d'initiative française en 2016). Parmi elles, les chaînes publiques ont financé 89 films (dont 79 d'initiative française), tandis que les chaînes privées ont participé au financement de 45 films (44 d'initiative française). En 2017, 84 films d'initiative française sont financés par une seule chaîne en clair (70 films en 2016), trois films sont financés par trois chaînes en clair en 2017.

Les investissements des chaînes en clair dans la production cinématographique augmentent de 21,7 % en 2017 à 151,77 M€, pour un nombre de films en progression de 21,9 % (+23 films).

Leur intervention est supérieure à la moyenne constatée sur les dix dernières années (131,4 M€ investis par an en moyenne entre 2008 et 2017).

Les interventions des chaînes en clair progressent de 18,7 % sur les films d'initiative française (145,32 M€ en 2017) et de 186,7 % sur les coproductions minoritaires françaises (6,45 M€). Dans le même temps, le nombre de films d'initiative française préfinancés augmente de 19,4 %, celui des coproductions minoritaires de 57,1 %.

En 2017, 43 films sont préachetés par les nouvelles chaînes de la TNT gratuite dont 42 d'initiative française (33 films, tous d'initiative française en 2016). Ces chaînes apportent 13,23 M€ (7,60 M€ en 2016), soit 307 K€ par film en moyenne (230 K€ en 2016). Six chaînes de la TNT gratuite investissent dans la production cinématographique (sept chaînes en 2016). C8 est la chaîne la plus active. Elle préachète 19 films, dont 18 d'initiative française pour 6,57 M€.

En 2017, les investissements des chaînes en clair sont constitués à 65,5 % par des préachats de droits de diffusion (64,8 % en 2016). La part des apports en coproduction est en baisse à 34,5 % (35,2 % en 2016).

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

		2013	2014	2015	2016	2017	Évolution 2017-2016
FILMS D'INITIATIVE FRANÇAISE	Chaînes publiques*	44,9	52,5	75,6	54,3	71,9	+32,5 %
	Chaînes privées gratuites**	51,8	55,0	77,8	68,2	73,4	+7,7 %
	CHÂÎNES GRATUITES	96,7	107,5	153,5	122,4	145,3	+18,7 %
COPRODUCTIONS MINORITAIRES	Chaînes publiques*	4,9	4,6	4,1	2,3	4,8	+113,3 %
	Chaînes privées gratuites**	0,0	1,1	0,4	0,0	1,7	-
	CHÂÎNES GRATUITES	4,9	5,7	4,5	2,3	6,5	+186,7 %
TOTAL CHÂÎNES PUBLIQUES		49,7	57,1	79,7	56,5	76,7	+35,7 %
TOTAL CHÂÎNES PRIVÉES GRATUITES		51,8	56,1	78,2	68,2	75,1	+10,2 %
TOTAL		101,5	113,2	157,9	124,7	151,8	+21,7 %

* Chaînes publiques dont les investissements sont recensés en 2017 : Arte, France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô.

** Chaînes privées gratuites dont les investissements sont recensés en 2017 : C8, Gulli, TF1 Séries Films, M6, NRJ12, TFX, TF1, TMC, W9.

Source : CNC.

En 2017, 0,9 % des films d'initiative française financés par au moins une chaîne en clair ont un devis inférieur à 1 M€ (6,1 % en 2016), 27,4 % ont un devis compris entre 1 M€ et 4 M€ (21,4 % en 2016), 34,2 % un devis compris entre 4 M€ et 7 M€ (34,7 % en 2016) et 37,6 % un devis supérieur ou égal à 7 M€ (37,8 % en 2016). Les films à moins de 1 M€ captent 0,2 % des investissements de ces chaînes (0,7 % en 2016), les films de 1 M€ à 4 M€ en mobilisent 9,6 % (8,3 % en 2016), les films de 4 à 7 M€ 24,0 % (24,5 % en 2016) et les films à 7 M€ ou plus 66,2 % (66,4 % en 2016).

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
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
2017	Chaînes publiques*	1	26	27	21	4	79
	Chaînes privées gratuites**	0	6	15	14	9	44
	Chaînes gratuites	1	32	40	32	12	117

* Chaînes publiques dont les investissements sont recensés en 2017 : Arte, France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô.

** Chaînes privées gratuites dont les investissements sont recensés en 2017 : C8, Gulli, TF1 Séries Films, M6, NRJ12, TFX, TF1, TMC, W9.

Source : CNC.

Le devis moyen des films financés par les chaînes gratuites diminue de 19,7 % entre 2016 (9,2 M€) et 2017 (7,4 M€). En 2017, le devis moyen des films d'initiative française financés par les chaînes nationales gratuites s'élève à 7,5 M€ et celui des films minoritaires à 5,9 M€.

Le devis moyen des films financés par les chaînes publiques augmente, passant de 5,5 M€ en 2016 à 6,2 M€ en 2017. Le devis moyen des films financés par les chaînes privées gratuites diminue de 16,0 M€ en 2016 à 9,8 M€ en 2017.

En 2017, les investissements des chaînes gratuites couvrent en moyenne 16,1 % des devis des films qu'elles financent, contre 13,0 % en 2016.

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

	2013	2014	2015	2016	2017	ÉVOLUTION 2017-2016
Chaînes publiques	5,4	5,0	5,1	5,5	6,2	+12,0 %
Chaînes privées gratuites	14,8	10,7	10,4	16,0	9,8	-38,6 %
CHAÎNES GRATUITES	8,0	6,7	6,5	9,2	7,4	-19,7 %

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 2017, parmi les 300 films agréés, les chaînes payantes ont préacheté 177 films (59,0 % des films agréés) dont 154 d'initiative française, soit 69,4 % des films d'initiative française (150 films dont 141 d'initiative française en 2016). 38 films d'initiative française font l'objet d'un préachat d'une seule chaîne payante en 2017 (41 films en 2016), 113 films de deux chaînes payantes (99 films en 2016). Trois films ont été préachetés par trois chaînes payantes (1 en 2016).

Le volume global d'investissement des chaînes payantes progresse de 11,1 % à 211,53 M€ en 2017, pour un nombre de films préachetés en hausse de 18,0 % (+27 films). En moyenne, sur la période 2008-2017, les chaînes payantes investissent chaque année 213,2 M€ dans le préachat des films agréés. En 2017, l'investissement des chaînes payantes dans les films d'initiative française représente 95,5 % de leurs investissements totaux dans les films, et les coproductions minoritaires 4,5 %.

Films à majorité étrangère inclus, les chaînes payantes participent au financement de 42 premiers films d'initiative française et 33 deuxièmes films (respectivement 42 et 22 films en 2016).

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

	2013	2014	2015	2016	2017	ÉVOLUTION 2017-2016
Films d'initiative française	181,5	169,2	209,5	184,2	202,0	+9,6 %
Coproductions minoritaires	8,7	9,0	10,5	6,2	9,6	+54,8 %
ENSEMBLE DES FILMS AGRÉÉS	190,2	178,2	220,0	190,4	211,5	+11,1 %

* Chaînes payantes dont les investissements sont recensés en 2017 : 13^{ème} Rue, Canal+, Canal J, Ciné+, OCS et TV5 Monde.
Source : CNC.

En 2017, la majorité des films d'initiative française financés par au moins une chaîne payante ont un devis compris entre 1 M€ et 10 M€ (81,2 %). En 2017, 5,2 % des films d'initiative française financés par au moins une chaîne payante ont un devis inférieur à 1 M€ (3,5 % en 2016), 33,8 % un devis compris entre 1 M€ et 4 M€ (37,6 % en 2016), 30,5 % un devis compris entre 4 M€ et 7 M€ (comme en 2016) et 30,5 % un devis supérieur ou égal à 7 M€ (28,4 % en 2016). Les films à moins de 1 M€ captent 0,5 % des investissements des chaînes payantes dans les films d'initiative française en 2017 (0,3 % en 2016), les films de 1 M€ à 4 M€ en mobilisent 15,2 % (18,0 % en 2016), les films de 4 M€ à 7 M€, 29,8 % (28,5 % en 2016) et les films à 7 M€ ou plus, 54,6 % (53,1 % en 2016).

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
2016	5	53	43	25	15	141
2017	8	52	47	35	12	154

Source : CNC.

Le devis moyen des films financés par les chaînes payantes est passé de 8,1 M€ en 2016 à 6,2 M€ en 2017. Comme sur l'année 2016, il est moins élevé pour les coproductions minoritaires (4,4 M€, contre 6,8 M€ en 2016) que sur les films d'initiative française (6,5 M€ en 2017 contre 8,2 M€ en 2016).

Les investissements des chaînes payantes couvrent en moyenne 19,3 % des devis des films qu'elles financent (15,7 % en 2016). Ce taux s'élève à 20,3 % pour les films d'initiative française et à 9,4 % pour les coproductions minoritaires.

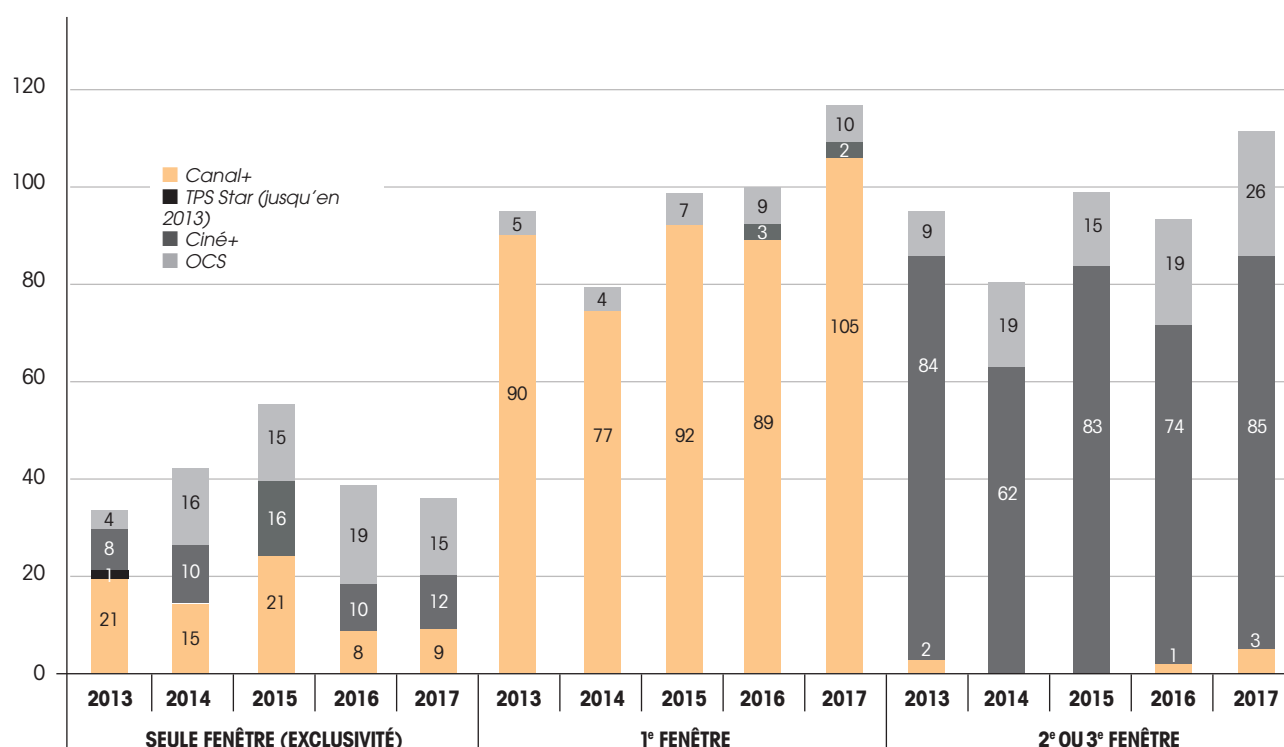
DEVIS MOYEN DES FILMS FINANCÉS PAR LES CHAÎNES PAYANTES (en M€)

	2013	2014	2015	2016	2017	ÉVOLUTION 2017-2016
Films d'initiative française	7,2	5,9	6,2	8,2	6,5	-21,0 %
Coproductions minoritaires	6,4	7,5	6,5	6,8	4,4	-34,9 %
TOTAL DES FILMS AGRÉÉS	7,2	6,1	6,2	8,1	6,2	-23,5 %

Source : CNC.

Les chaînes payantes concentrent leurs investissements sur des fenêtres de diffusions différentes. Ainsi, en 2017, Canal+ achète la première diffusion cryptée pour 97,4 % des films d'initiative française qu'elle finance (dont 7,7 % en tant que seule chaîne payante, c'est-à-dire en exclusivité). OCS achète la première diffusion pour 49,0 % des films qu'elle finance (29,4 % en tant que seule chaîne payante) et la deuxième diffusion pour 51,0 % d'entre eux. Ciné+ achète quant à elle 12,1 % de ses films en première exclusivité et 85,9 % d'entre eux en deuxième diffusion.

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

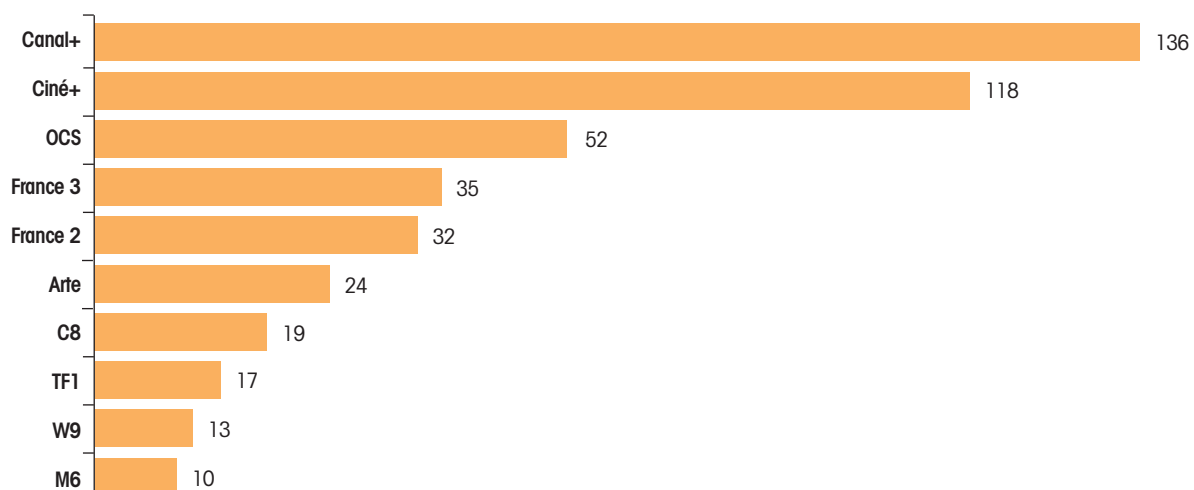


Source : CNC.

LES CHAÎNES LES PLUS ACTIVES

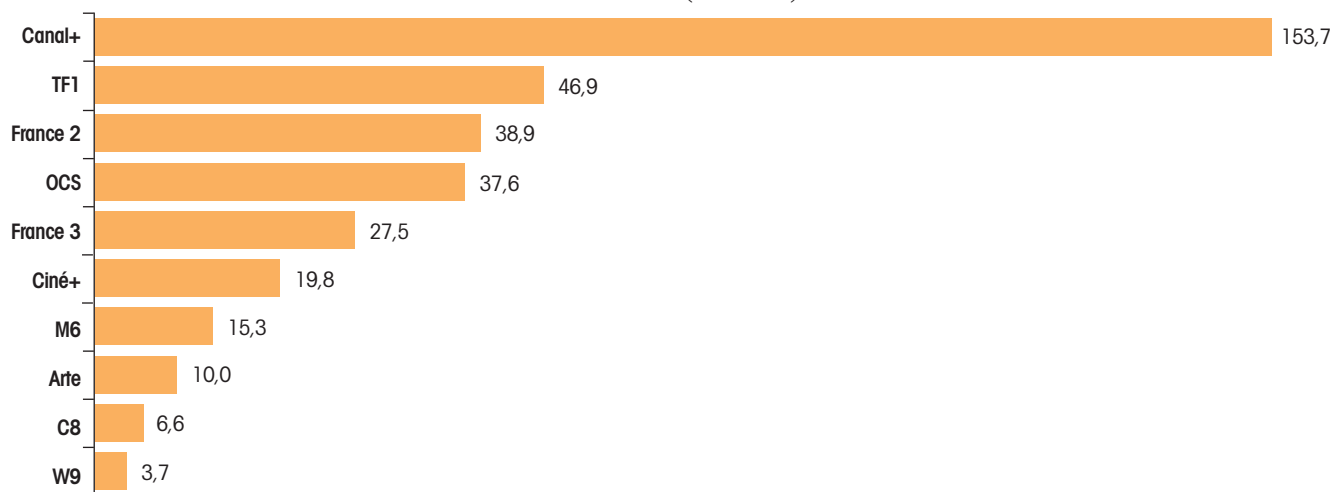
Canal+ arrive en tête du classement des chaînes de télévision les plus actives, tant en nombre de films aidés qu'en termes de volumes investis. En 2017, la chaîne préachète 136 des 193 films agréés financés par des chaînes, pour un montant global de 153,7 M€. Cela représente un peu moins de la moitié (42,3 %) des investissements de l'ensemble des chaînes de télévision, et plus de trois fois plus que les investissements de la deuxième chaîne la plus active (TF1 avec 46,9 M€ en 2017).

LES 10 CHÂÎNES LES PLUS ACTIVES EN NOMBRE DE FILMS FINANCÉS EN 2017



Source : CNC.

LES 10 CHÂÎNES LES PLUS ACTIVES EN TERMES D'INVESTISSEMENTS EN 2017 (en M€)



Source : CNC.

L'ÉCONOMIE DES CHÂÎNES

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 2017 à 8 573,4 M€, répartis de la façon suivante :

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

CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL DE L'ENSEMBLE DES CHÂÎNES EN 2017

CHÂÎNES	CA 2016 (en M€)	CA 2017 (en M€)	ÉVOLUTION 2017-2016	PART DU TOTAL
Total chaînes gratuites dont :	5 693,1	5 719,2	0 %	67 %
TF1	1 200,9	1 168,5	-3 %	14 %
M6	658,6	679,6	3 %	8 %
France Télévisions	3 007,9	3 004,4	0 %	35 %
Chaînes TNT 2005	656,7	680,8	4 %	8 %
Chaînes TNT 2012	155,3	185,9	20 %	2 %
Total chaînes payantes dont :	2 904,4	2 854,2	-2 %	33 %
Les chaînes Canal+	1 704,0	1 544,0	-9 %	18 %
Autres chaînes payantes	1 200,4	1 310,2	9 %	15 %
TOTAL	8 597,5	8 573,4	-0,3 %	100 %

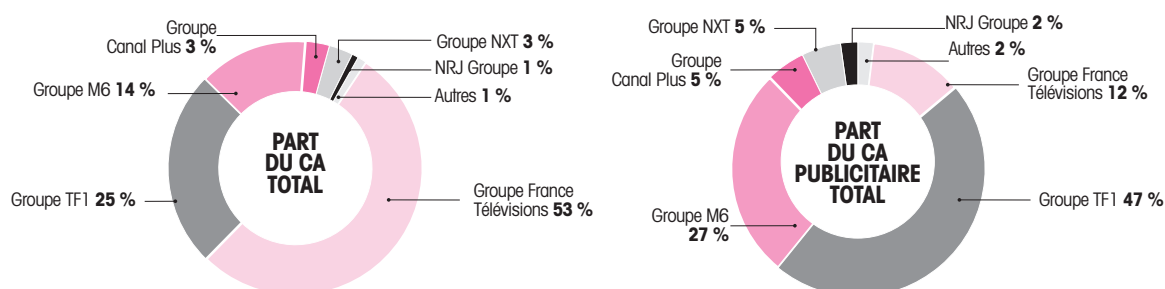
Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis.

1. BILAN FINANCIER DES CHÂÎNES GRATUITES EN 2017

DONNÉES DE CADRAGE

Les groupes France Télévisions ⁽⁵⁾, TF1 et M6 sont prépondérants dans l'économie des chaînes gratuites. Ils réalisent à eux trois plus de 90 % du chiffre d'affaires du secteur en 2017. Les groupes TF1 et M6 concentrent eux 74 % du chiffre d'affaires publicitaire total.

POIDS DES GROUPES ⁽⁶⁾ DANS LE CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL ET DANS LE CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE TOTAL RÉALISÉS DANS L'ÉDITION DE CHÂÎNES GRATUITES EN 2017



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 2017 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⁾ Pour les chaînes publiques du groupe France Télévisions, le Conseil ne dispose plus d'éléments financiers propres à chacun de ces services depuis la constitution du groupe France Télévisions en société unique. Les éléments financiers retenus dans cette étude pour ce groupe sont ceux issus des comptes sociaux 2017 de France Télévisions SA.

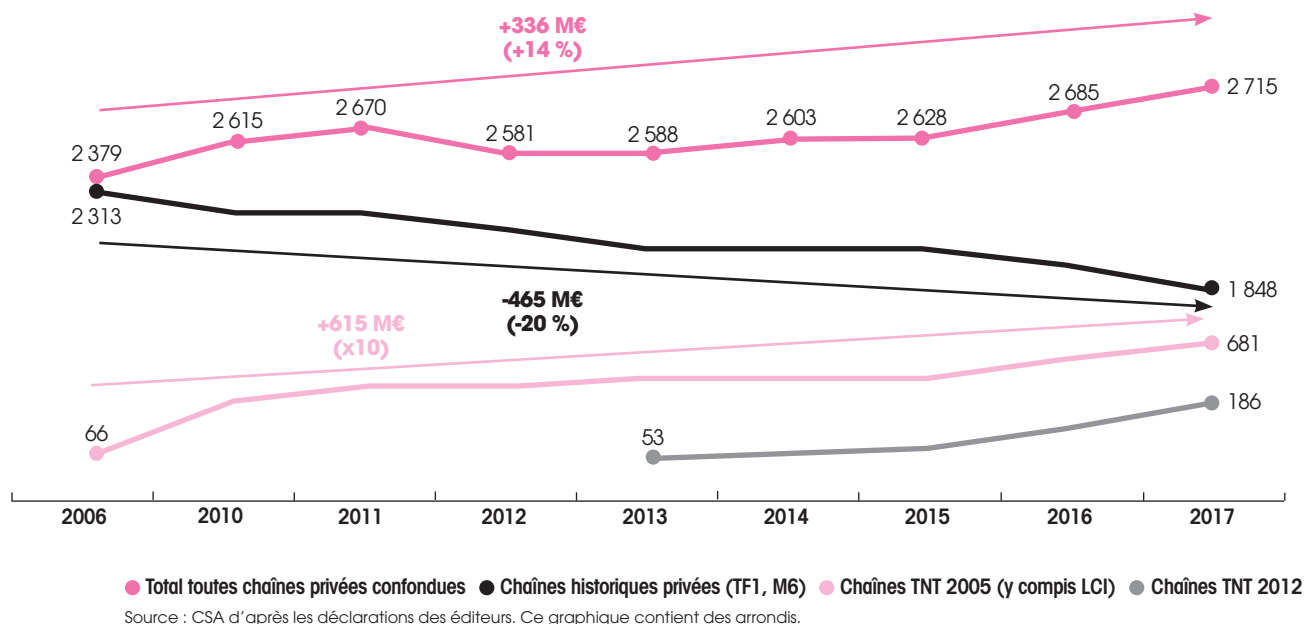
⁽⁴⁾ L'appellation « les chaînes Canal+ » regroupe les chaînes suivantes : Canal+, Canal+ Cinéma, Canal+ Sport, Canal+ Série, Canal+ Family et Canal+ Décadé.

⁽⁵⁾ Source : Comptes sociaux 2017 de France Télévisions SA.

⁽⁶⁾ Cette analyse par groupe est effectuée en ne prenant en compte que les principaux indicateurs de chacune des chaînes gratuites éditées par chacun de ces groupes. Elle ne retrace donc que l'activité d'édition de chaînes gratuites des groupes étudiés. Elle n'est donc pas comparable aux comptes consolidés par groupe qui sont édités chaque année par les principaux groupes audiovisuels français.

Les chaînes historiques privées TF1 et M6 réalisent toujours à elles deux un chiffre d'affaires total plus de deux fois supérieur aux 16 autres chaînes privées (1 848 M€ contre 867 M€), et cela malgré un chiffre d'affaires de la chaîne TF1 en érosion constante ⁽⁷⁾.

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



1-1 ANALYSE DES ÉVOLUTIONS CONSTATÉES EN 2017

AMÉLIORATION DE LA RENTABILITÉ DES CHÂÎNES GRATUITES MALGRÉ UN CHIFFRE D'AFFAIRES STABLE

En 2017, le chiffre d'affaires des chaînes gratuites s'établit à 5 719,2 M€, soit une très légère augmentation de 36,1 M€ (+0,5 %) par rapport à 2016. Le résultat d'exploitation de l'ensemble des chaînes privées s'améliore et redevient globalement positif après une année déficitaire en 2016.

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES ET DU CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE DES CHÂÎNES GRATUITES EN 2017

CHÂÎNES	CHIFFRE D'AFFAIRES				CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE			
	2016 (en M€)	2017 (en M€)	Évolution 2017-2016 (en %)	Évolution 2017-2016 (en M€)	2016 (en M€)	2017 (en M€)	Évolution 2017-2016 (en %)	Évolution 2017-2016 (en M€)
Chaînes gratuites privées (18 chaînes)	2 685,2	2 714,8	1 %	29,6	2 606,4	2 625,3	1 %	18,9
Chaînes gratuites publiques (5 chaînes)	3 007,9	3 004,4	0 %	-3,5	350,3	351,9	0 %	1,6
TOTAL CHÂÎNES GRATUITES	5 693,1	5 719,2	0,5 %	26,1	2 956,7	2 977,2	1 %	20,5

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

⁽⁷⁾ cf. graphique p 67.

ÉVOLUTION DU RÉSULTAT D'EXPLOITATION ET DU RÉSULTAT NET DES CHÂÎNES GRATUITES EN 2017 ⁽⁸⁾

CHÂÎNES	RÉSULTAT D'EXPLOITATION				RÉSULTAT NET			
	2016 (en M€)	2017 (en M€)	Évolution 2017-2016 (en %)	Évolution 2017-2016 (en M€)	2016 (en M€)	2017 (en M€)	Évolution 2017-2016 (en %)	Évolution 2017-2016 (en M€)
Chaînes gratuites privées (18 chaînes)	-82,0	60,3	NS	142,3	25,1	99,6	297 %	74,5
Chaînes gratuites publiques (5 chaînes)	-32,2	-31,3	-3 %	0,9	36,0	-21,0	-158 %	-57,0
TOTAL CHÂÎNES GRATUITES	-114,2	29,0	NS ⁽⁹⁾	143,2	61,1	78,6	29 %	17,5

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

STABILITÉ DES RESSOURCES DU GROUPE FRANCE TÉLÉVISIONS

Le chiffre d'affaires du groupe France Télévisions est quasiment stable entre 2016 et 2017 (baisse de 3,5 M€ soit -0,1 %) et ses recettes publicitaires augmentent très légèrement (+1,6 M€). Pour mémoire, ces dernières avaient également enregistré une augmentation entre 2015 et 2016 (+11,8 M€ soit +3 %) après plusieurs années de baisse.

Le montant des ressources publiques représente 85 % de son chiffre d'affaires en 2017 soit 2 548,1 M€ (contre 2 510,2 M€ en 2016).

Le résultat d'exploitation du groupe France Télévisions est négatif mais stable depuis deux ans (-31,3 M€ en 2017 et -32,2 M€ en 2016), après une phase d'amélioration significative depuis 2013 ⁽¹⁰⁾. Son résultat net se détériore et redevient négatif (-21 M€) alors qu'il était positif en 2016 (36 M€) et cela pour la première fois depuis 2012.

STABILITÉ DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES CHÂÎNES GRATUITES, LA CROISSANCE DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES CHÂÎNES DE LA TNT 2005 ET 2012 COMPENSANT LA BAISSE TENDANCIELLE DU CHIFFRE D'AFFAIRES DE TF1

Le chiffre d'affaires 2017 des chaînes hertziennes historiques baisse très légèrement (-11,4 M€ soit -0,6 %). Ce mouvement s'explique, comme les années précédentes, par l'érosion du chiffre d'affaires de la chaîne TF1 (-32,4 M€ soit -3 %). M6 parvient depuis deux ans à augmenter ses recettes (+3 % en 2017 et +2 % en 2016) ⁽¹¹⁾.

Le chiffre d'affaires des chaînes de la TNT 2005 et 2012 croît de 41 M€ (+5 %), malgré un certain ralentissement de la croissance des chaînes de la TNT 2005 dont le chiffre d'affaires total n'augmente que de 10 M€ en 2017 contre 31 M€ en 2016.

Le chiffre d'affaires des chaînes de la TNT 2012 connaît depuis deux ans une croissance significative (20 % en 2017, 22 % en 2016) bien qu'en ralentissement par rapport aux années 2014 et 2015 (respectivement 67 % et 44 %).

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL ET DU CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE DE L'ENSEMBLE DES CHÂÎNES GRATUITES EN 2017

CHÂÎNES	CHIFFRE D'AFFAIRES				CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE			
	2016 (en M€)	2017 (en M€)	Évolution 2017-2016 (en %)	Évolution 2017-2016 (en M€)	2016 (en M€)	2017 (en M€)	Évolution 2017-2016 (en %)	Évolution 2017-2016 (en M€)
Chaînes historiques privées gratuites :	1 859,5	1 848,1	-1 %	-11,4	1 838,8	1 823,6	-1 %	-15,2
TF1	1 200,9	1 168,5	-3 %	-32,4	1 188,5	1 150,2	-3 %	-38,3
M6	658,6	679,6	3 %	21,0	650,3	673,4	4 %	23,1
France Télévisions	3 007,9	3 004,4	0 %	-3,5	350,3	351,9	0 %	1,6
Chaînes privées gratuites de la TNT	825,7	866,7	5 %	41,0	767,6	801,7	4 %	34,1
Chaînes TNT 2005 (y compris LCI)	670,4	680,8	2 %	10,4	609,6	619,2	2 %	9,6
Chaînes TNT 2012	155,3	185,9	20 %	30,6	152,2	182,6	20 %	30,4
TOTAL CHÂÎNES GRATUITES	5 693,1	5 719,2	0,5 %	26,1	2 956,7	2 977,2	1 %	20,5

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

⁽⁸⁾ Remarque de présentation valant pour l'ensemble du document : une évolution entre 2017 et 2016, dont le taux est négatif en pourcentage entre deux situations déficitaires, traduit une amélioration de la situation en 2017 (qui reste toutefois déficitaire).

⁽⁹⁾ Par convention, lorsqu'une valeur négative devient positive, le pourcentage d'évolution n'est pas mentionné.

⁽¹⁰⁾ Le résultat d'exploitation du groupe France Télévisions s'élevait à -87,4 M€ en 2013, à -80,9 M€ en 2014 et à -60,1 M€ en 2015.

⁽¹¹⁾ Cf. graphique p 67 présentant l'évolution du chiffre d'affaires de TF1 et de M6.

UN RÉSULTAT D'EXPLOITATION DE L'ENSEMBLE DES CHÂÎNES GRATUITES PRIVÉES QUI REDEVIENT POSITIF

Le résultat d'exploitation des chaînes gratuites privées redevient globalement positif en 2017 (60,3 M€) après une année 2016 où, pour la première fois, elles affichaient un déficit d'exploitation négatif (-82 M€). Cette amélioration tient à l'effet conjugué de la nette amélioration des résultats des chaînes TF1 et M6 mais aussi, prises globalement, des chaînes de la TNT 2005.

En effet, depuis 2014, le déficit des chaînes de la TNT 2005 s'était continuellement creusé. Cette tendance s'inverse en 2017, même si ce déficit reste important (-107 M€). Cet inversement de tendance est dû aux bons résultats des chaînes éditées par le groupe TF1 (TMC et TF1 Séries Films) ainsi que de la chaîne BFM TV. Cependant, le déficit moyen par chaîne reste élevé et se situe à 12,8 M€.

Le résultat d'exploitation de l'ensemble des chaînes de la TNT 2012, négatif depuis leur création, s'est constamment amélioré depuis 2014 et ce déficit diminue encore de 32 % entre 2016 et 2017. Ainsi, le déficit moyen par chaîne, qui était de 12 M€ en 2005, n'est plus que de 6,5 M€ en 2017 et une chaîne de cet agrégat est parvenue à l'équilibre en 2017 (6ter).

RÉSULTAT D'EXPLOITATION ET RÉSULTAT NET DES CHÂÎNES PRIVÉES GRATUITES EN 2017

CHÂÎNES	CHIFFRE D'AFFAIRES				CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE			
	2016 (en M€)	2017 (en M€)	Évolution 2017-2016 (en %)	Évolution 2017-2016 (en M€)	2016 (en M€)	2017 (en M€)	Évolution 2017-2016 (en %)	Évolution 2017-2016 (en M€)
Chaînes historiques privées gratuites	121,3	170,5	41 %	80,5	234,0	266,5	14 %	32,5
TF1	30,8	78,8	156 %	48,0	131,5	131,6	0 %	0,1
M6	90,5	123,0	36 %	32,5	102,5	134,9	32 %	32,4
Autres chaînes privées gratuites	-203,3	-141,5	30 %	61,8	-208,9	-166,9	20 %	42,0
Chaînes TNT 2005	-152,3	-106,9	30 %	45,4	-156,4	-128,2	18 %	28,2
Chaînes TNT 2012	-51,0	-34,6	32 %	16,4	-52,5	-38,7	26 %	13,8
TOTAL CHÂÎNES PRIVÉES GRATUITES	-82,0	60,3	NS	142,3	25,1	99,6	296 %	74,5

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

En 2017, quatre chaînes de la TNT 2005 et 2012 sont bénéficiaires (BFM TV, TMC, Gulli et pour la première année depuis 2012, TFX). La chaîne C8 enregistre en 2017 une nouvelle détérioration de ses résultats.

LES CHARGES DES CHÂÎNES DE LA TNT 2012 PROGRESSENT, CELLES DES AUTRES CHÂÎNES DIMINUENT

Alors qu'elles avaient augmenté de 3 % en 2016⁽¹²⁾, les charges d'exploitation de l'ensemble des chaînes privées gratuites diminuent de 4 % en 2017. En effet, les chaînes TF1 et M6 ont réduit leurs charges respectivement de 6 % et 4 %, tout comme les chaînes de la TNT 2005 (-4 %).

En revanche, les charges des chaînes de la TNT 2012 augmentent alors qu'elles avaient diminué de 6 % en 2016. En 2017, toutes les chaînes de la TNT 2012 voient leurs charges croître.

CHARGES D'EXPLOITATION DES CHÂÎNES PRIVÉES GRATUITES EN 2017

CHÂÎNES	CHARGES D'EXPLOITATION			
	2016 (en M€)	2017 (en M€)	Évolution 2017-2016 (en %)	Évolution 2017-2016 (en M€)
Chaînes historiques privées gratuites	2 012,5	1 911,9	-5 %	-100,5
TF1	1 295,5	1 223,0	-6 %	-72,4
M6	717,0	688,9	-4 %	-28,1
Autres chaînes privées gratuites	1 070,9	1 049,1	-2 %	-21,8
Chaînes TNT 2005	858,8	823,8	-4 %	-35,0
Chaînes TNT 2012	212,1	225,3	6 %	13,2
TOTAL CHÂÎNES PRIVÉES GRATUITES	3 083,4	2 961,0	-4 %	-122,3

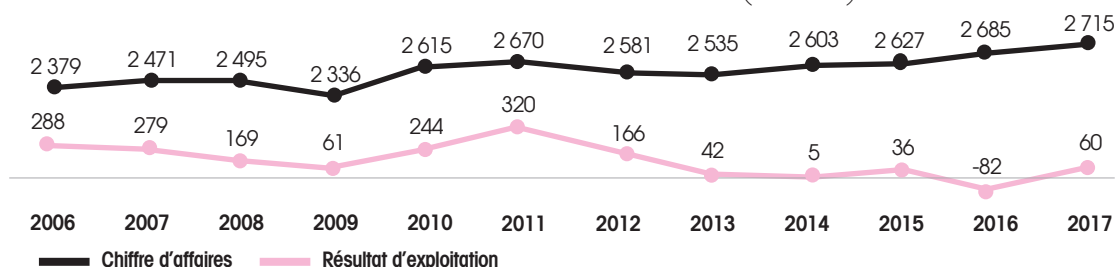
Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs. Ce tableau contient des arrondis.

⁽¹²⁾ A périmètre constant par rapport à 2015, c'est-à-dire hors LCI intégrée dans le panel des chaînes étudiées en 2016.

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

Dans un contexte de croissance régulière du nombre de chaînes (18 chaînes jusqu'en 2012, 24 entre 2013 et 2015 et 26 en 2016), le chiffre d'affaires des chaînes privées gratuites prises globalement a augmenté de 336 M€ depuis 2006 et de 100 M€ depuis 2010.

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



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

Depuis 2013, le taux de croissance du chiffre d'affaires de l'ensemble des chaînes privées gratuites est stable et peu élevé.

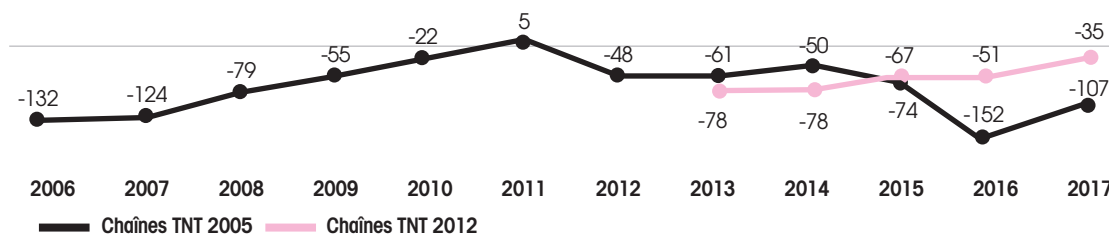
ÉVOLUTION DEPUIS 2006 DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES CHÂÎNES PRIVÉES GRATUITES

CHAÎNES PRIVÉES GRATUITES	ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES (EN % PAR RAPPORT À L'ANNÉE N-1)											
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
	5 %	4 %	1 %	-6 %	12 %	2 %	-3 %	0 %	1 %	1 %	2 %	1 %

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

Parallèlement, le total des résultats d'exploitation des chaînes privées gratuites connaît une détérioration de 2011 à 2016, due aux déficits de plus en plus accusés depuis 2012 des chaînes de la TNT 2005. Un retournement de tendance est toutefois observé en 2017.

ÉVOLUTION DEPUIS 2006 DES RÉSULTATS D'EXPLOITATION DES CHÂÎNES TNT 2005 ET TNT 2012 (en M€)



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

1-3 ANALYSE PAR GROUPE ⁽¹³⁾ DES ÉVOLUTIONS CONSTATÉES EN 2017

AMÉLIORATION DE LA SITUATION DES CHÂÎNES DU GROUPE TF1

Le groupe TF1, qui pour la première fois en 2016 présentait un résultat d'exploitation négatif, affiche une situation équilibrée en 2017. Ce retournement de tendance repose notamment sur la maîtrise des charges d'exploitation (-73 M€ par rapport à 2016) permettant l'augmentation sensible du résultat d'exploitation de la chaîne TF1 et cela malgré un chiffre d'affaires en baisse de 3 % et une audience moyenne en baisse de 2 %. Parallèlement, les chaînes TMC, TFX et TF1 Séries Films présentent une situation économique en nette amélioration en 2017 avec une hausse sensible de leurs recettes publicitaires (particulièrement sur TMC), et un résultat d'exploitation positif pour TMC et TFX (cela pour la première fois depuis 2013) et proche de l'équilibre pour TF1 Séries Films. Ces bonnes performances ont été rendues possibles grâce à des audiences en

⁽¹³⁾ Rappel : cette analyse par groupe est effectuée en ne prenant en compte que les principaux indicateurs de chacune des chaînes gratuites éditées par chacun de ces groupes. Elle ne retrace donc que l'activité d'édition de chaînes gratuites des groupes étudiés. Elle n'est donc pas comparable aux comptes consolidés par groupe qui sont édités chaque année par les principaux groupes audiovisuels français.

hausse sur chacune de ces chaînes et à des charges d'exploitation maîtrisées. LCI, seule chaîne du groupe à être encore lourdement déficitaire, voit cependant son chiffre d'affaires tripler en 2017 par rapport à 2016 et son audience doubler.

BONNES PERFORMANCES DU GROUPE NEXTRADIO TV ET DES CHAÎNES BFM TV ET RMC DÉCOUVERTE

Les chaînes du groupe NextRadioTV réalisent de bonnes performances en 2017 avec une augmentation de 22,4 % de l'audience cumulée et de 5 % des recettes publicitaires. Les chiffres d'affaires de BFM TV et de RMC Découverte connaissent donc une progression significative (respectivement 16 % et 26 %). Ces chaînes présentent des résultats d'exploitation en nette progression : BFM TV double son bénéfice, RMC Découverte divise par deux son déficit et se situe proche de l'équilibre. En revanche, la situation économique de RMC Story se dégrade malgré une audience en progression de 50 %.

AMÉLIORATION DE LA SITUATION ÉCONOMIQUE DU GROUPE M6

Les chaînes du groupe M6, malgré la baisse de 7 % de l'audience de M6, présentent toutes des chiffres d'affaires en hausse et des résultats d'exploitation en nette amélioration (à l'exception de W9), amélioration particulièrement nette sur 6ter dont le bénéfice triple.

DÉGRADATION DE LA SITUATION ÉCONOMIQUE DES CHAÎNES ÉDITÉES

PAR GROUPE CANAL PLUS ET SITUATION CONTRASTÉE DES CHAÎNES ÉDITÉES PAR LE GROUPE NRJ

A l'opposé, la situation économique des trois chaînes gratuites éditées par le Groupe Canal Plus se dégrade en 2017. Les deux chaînes du groupe NRJ ont des résultats contrastés. Chérie 25 voit son chiffre d'affaires augmenter sur la période malgré une audience stable alors que NRJ12 enregistre une baisse de son audience (-6 %) et de son chiffre d'affaires.

CHIFFRE D'AFFAIRES, CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE, PAR GROUPE, RÉALISÉS DANS L'ÉDITION DE CHAÎNES GRATUITES EN 2017

GROUPES CHAÎNES ÉTUDIÉES	CHIFFRE D'AFFAIRES				CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE			
	2016 (en M€)	2017 (en M€)	Évolution 2017-2016 (en %)	Part du total en 2017 (en %)	2016 (en M€)	2017 (en M€)	Évolution 2017-2016 (en %)	Part du total en 2017 (en %)
Total groupe France Télévisions (F2, F3, F4, F5, FO, Finfo.)	3007,9	3004,4	0 %	53 %	350,3	351,9	0 %	12 %
Total groupe TF1 (TF1, TMC, TFX, TF1 Séries Films, LCI)	1 405,5	1 437,8	2 %	25 %	1 376,2	1 399,3	2 %	47 %
Total groupe M6 (M6, W9, 6ter)	782,4	815,1	4 %	14 %	773,0	808,4	5 %	27 %
Total groupe Canal Plus (C8, CStar, CNews)	230,2	176,8	-23 %	3 %	206,3	148,0	-28 %	5 %
Total groupe NextRadioTV (BFM TV, RMC Découverte, RMC Story)	127,1	144,2	13 %	3 %	120,0	138,5	15 %	5 %
NRJ Group (NRJ12, Chérie 25)	70,4	67,9	-4 %	1 %	70,0	67,9	-3 %	2 %
Autres chaînes (Gulli, La Chaîne l'Équipe)	69,6	73,0	5 %	1 %	60,9	63,2	13 %	2 %
TOTAL CHAÎNES GRATUITES	5 693,10	5 719,20	0,5 %	100 %	2 956,70	2 977,20	1 %	100 %

Source : CSA d'après les déclarations des éditeurs et Médiamétrie, part d'audience 4 ans et+. Ce tableau contient des arrondis.

RÉSULTAT D'EXPLOITATION ET RÉSULTAT NET PAR GROUPE RÉALISÉS DANS L'ÉDITION DE CHAÎNES GRATUITES EN 2017

GROUPES CHAÎNES ÉTUDIÉES	RÉSULTAT D'EXPLOITATION			RÉSULTAT NET		
	2016 (en M€)	2017 (en M€)	Évolution 2017-2016 (en %)	2016 (en M€)	2017 (en M€)	Évolution 2017-2016 (en %)
Total groupe France Télévisions (F2, F3, F4, F5, FO, Finfo.)	-32,2	-31,3	-3 %	36,0	-21,0	-158 %
Total groupe TF1 (TF1, TMC, TFX, TF1 Séries Films, LCI)	-32,5	69,9	NS	69,8	117,9	69 %
Total groupe M6 (M6, W9, 6ter)	90,1	125,6	39 %	101,8	135,7	33 %
Total groupe Canal Plus (C8, CStar, CNews)	-90,0	-91,3	2 %	-92,3	-97,0	5 %
Total groupe NextRadioTV (BFM TV, RMC Découverte, RMC Story)	0,8	6,4	682 %	-2,7	-5,8	112 %
NRJ Group (NRJ12, Chérie 25)	-43,2	-44,4	3 %	-43,5	-44,4	2 %
Autres chaînes (Gulli, La Chaîne l'Équipe)	-7,2	-5,8	-20 %	-7,9	-6,9	-13 %
TOTAL CHAÎNES GRATUITES	-114,2	29,1	NS	61,2	78,5	28 %

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

PART D'AUDIENCE AGRÉGÉE PAR GROUPE EN 2017 (en %)

GROUPES CHAÎNES ÉTUDIÉES	Part d'audience agrégée 2016	Part d'audience agrégée 2017	Évolution 2017-2016 (en %)
Total groupe France Télévisions <i>F2, F3, F4, F5, FO, Finfo:</i>	28,6	28,1	-1,7 %
Total groupe TF1	27,4	27,7	1,1 %
TF1	20,4	20	-2,0 %
TMC	3	3,2	6,7 %
TFX	1,9	2	5,3 %
TF1 Séries Films	1,8	1,9	5,6 %
LCI	0,3	0,6	100,0 %
Total groupe M6	14,1	13,8	-2,1 %
M6	10,2	9,5	-6,9 %
W9	2,5	2,6	4,0 %
6ter	1,4	1,7	21,4 %
Total groupe Canal Plus	5,5	5,1	-7,3 %
C8	3,4	3,3	-2,9 %
CStar	1,2	1,2	0,0 %
CNews	0,9	0,6	-33,3 %
Groupe NextRadioTV	4,1	4,8	17,1 %
BFM TV	2,3	2,7	17,4 %
RMC Découverte	1,8	2,1	16,7 %
RMC Story	0,8	1,2	50,0 %
NRJ Group	2,8	2,7	-3,6 %
NRJ 12	1,7	1,6	-5,9 %
Chérie 25	1,1	1,1	0,0 %
Autres chaînes	2,5	2,7	8,0 %
Gulli	1,6	1,6	0,0 %
La Chaîne l'Équipe	0,9	1,1	22,2 %
TOTAL CHAÎNES GRATUITES	85,0	84,9	-0,1 %

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

VARIATION DES CHARGES, REFLET DE LA SITUATION ÉCONOMIQUE DES CHAÎNES

Les charges d'exploitation des chaînes gratuites privées diminuent globalement de 4 % en 2017, soit une baisse de 122 M€ par rapport à 2016.

L'essentiel de cette diminution est porté par les deux chaînes historiques TF1 et M6, qui à elles deux ont réduit leurs dépenses de 86 M€. Ces économies représentent une part réduite de leurs charges totales, de respectivement 4 % et 3 %. Les réductions de charges menées en 2017 par les chaînes gratuites éditées par le groupe Canal Plus sont, en valeur relative, beaucoup plus marquées.

Il est intéressant de constater que la plupart des chaînes ayant connu une année 2017 positive en termes de croissance de chiffre d'affaires et d'audience sont celles dont les charges d'exploitation ont également progressé. A l'inverse, les chaînes qui ont connu une baisse de leurs performances en chiffre d'affaires et en audience ont toutes enregistré des diminutions de charges.

Concernant plus précisément la nature des dépenses qui composent ces charges, la part des « salaires et charges sociales » est dans le secteur de l'audiovisuel assez réduite : 17 % du total des charges pour TF1, 13 % pour M6, 3 % à 5 % en moyenne pour les chaînes de la TNT 2005 et 2012. Seules les chaînes d'information ont une masse salariale beaucoup plus importante.

CHARGES D'EXPLOITATION, PAR GROUPE, DES CHAÎNES GRATUITES EN 2017

GROUPES CHAÎNES ÉTUDIÉES	CHARGES D'EXPLOITATION			
	2016 (en M€)	2017 (en M€)	Évolution 2017-2016 (en %)	Évolution (en M€)
Groupe France Télévisions (F2, F3, F4, F5, FO, Finfo:)	4 190,3	4 205,1	0 %	14,8
Groupe TF1 (TF1, TMC, TFX, TF1 Séries Films, LCI)	1 569,2	1 507,5	-4 %	-61,7
Groupe M6 (M6, W9, 6ter)	858,1	833,8	-3 %	-24,3
Groupe Canal Plus (C8, CStar, CNews)	327,2	285,9	-13 %	-41,3
Groupe NextRadioTV (BFM TV, RMC Découverte, RMC Story)	128,3	138,8	8 %	10,5
NRJ Group (NRJ 12, Chérie 25)	122,2	116,1	-5 %	- 6,1
Autres chaînes (Gulli, La Chaîne l'Équipe)	78,3	78,9	1 %	0,6
TOTAL CHAÎNES GRATUITES	7 273,6	7 166,1	-1 %	-107,5

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

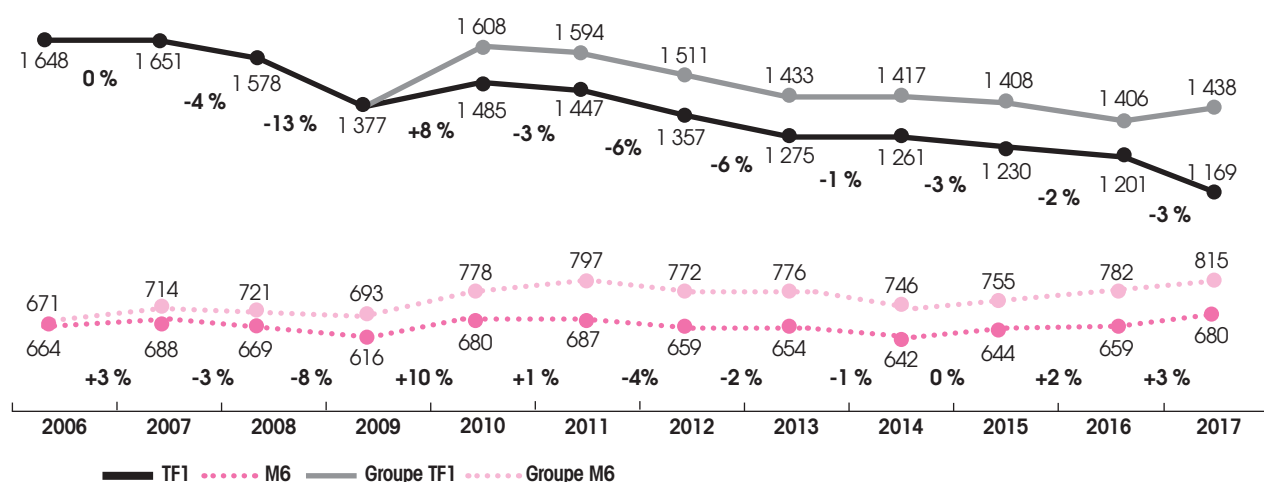
ANALYSE DE L'ÉVOLUTION DEPUIS 2006 DES GROUPES TF1 ET M6

Depuis 2006, année charnière où l'offre de chaînes gratuites privées est passée de deux (TF1 et M6) à 11 chaînes (lancement des 9 chaînes de la TNT 2005), la situation économique du groupe TF1 n'a cessé de se détériorer. Sur la période, le chiffre d'affaires de ce groupe a diminué de 13 %. Pourtant, l'offre gratuite de ce groupe s'est élargie, passant d'une chaîne en 2006, à trois chaînes en 2010, quatre en 2013 et cinq en 2016. Cet élargissement n'a pas compensé l'érosion des audiences réalisées par le groupe, qui passent de 31,6 % de part d'audience pour la seule chaîne TF1 en 2006 à 27,7 % de part d'audience cumulée pour les cinq chaînes du groupe en 2017 (soit une baisse de 12 %).

Un retournement de tendance semble s'être opéré en 2017 : si la chaîne TF1 enregistre toujours une baisse de son chiffre d'affaires, cette baisse est compensée par le dynamisme des autres chaînes du groupe.

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 22 % du chiffre d'affaires « édition » et de 14 % de son audience globale toutes chaînes gratuites confondues (13,8 % de part d'audience pour les trois chaînes gratuites du groupe M6 en 2017 contre 12,1 % pour la chaîne M6 en 2006).

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



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

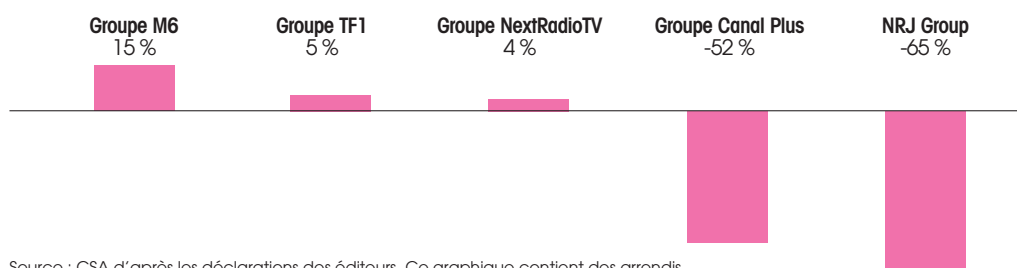
FAIBLE TAUX DE RENTABILITÉ DE L'ACTIVITÉ D'ÉDITION DE CHÂÎNES GRATUITES DES GROUPES TF1, M6, CANAL PLUS, NEXTRADIO TV ET NRJ ⁽¹⁴⁾

Le taux de rentabilité (rapport entre le résultat d'exploitation et le chiffre d'affaires réalisé dans l'édition de chaînes gratuites) des 18 chaînes gratuites privées ressort à 2 % en 2017 ⁽¹⁵⁾.

Les groupes étudiés (soit 14 chaînes) peuvent être regroupés en trois catégories :

- celui qui dégage un taux de rentabilité autour de 15 % : le groupe M6 ;
- ceux qui dégagent un taux de rentabilité positif mais relativement faible, autour de 5 % : le groupe TF1 et le groupe NextRadioTV ;
- enfin, ceux qui présentent un taux de rentabilité très largement négatif, en-deça de -50 % : les groupes Canal Plus et NRJ.

TAUX DE RENTABILITÉ ⁽¹⁶⁾ DANS L'ÉDITION DE CHÂÎNES GRATUITES EN 2017



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

⁽¹⁴⁾ Les taux de rentabilité de la chaîne Gulli et de La Chaîne l'Équipe ne sont pas calculés dans cette partie afin de ne pas faire apparaître d'informations individuelles sur ces chaînes.

⁽¹⁵⁾ Y compris les chaînes Gulli et La Chaîne l'Équipe.

⁽¹⁶⁾ Ce taux de rentabilité est le rapport entre le résultat d'exploitation et le chiffre d'affaires.

2. BILAN FINANCIER DES CHÂÎNES PAYANTES EN 2017

REMARQUES MÉTHODOLOGIQUES

Cette étude a été réalisée à partir des données financières extraites des bilans et comptes de résultats arrêtés au 31 décembre 2017 de 81 chaînes payantes (dont Les Chaînes Canal+) éditées par 40 sociétés ⁽¹⁷⁾.

Est ici considérée 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.

Seules les chaînes payantes conventionnées ou autorisées à vocation nationale diffusées en France métropolitaine en langue française sur une année entière ont été retenues dans cette étude, et cela quelle que soit leur plateforme de réception (TNT, satellite, câble, xDSL ou fibre).

En revanche, ne sont pas inclus dans le périmètre de la présente étude les chaînes diffusées exclusivement sur internet, les chaînes temporaires ou à caractère événementiel, et TV5 Monde compte tenu de son statut particulier.

Il convient enfin de noter que :

- cinq nouvelles chaînes ont été prises en compte dans ce bilan : Africa 24, MyZen TV, Polar+, RMC Sport News et RMC Sport 1 ;
- dix chaînes ne font plus partie du périmètre de cette étude : Astrocenter, Disney Junior, Equidia Life, Ma Chaîne Etudiante, Motors TV, No Life, OM TV, Sport 365, Télésud et Vivolta ;
- ne sont pas comptabilisées les chaînes dont le chiffre d'affaires annuel est inférieur à 0,4 M€ ⁽¹⁸⁾.

Onze sociétés éditent plusieurs chaînes :

- AB Thématiques (11 chaînes) : AB1, AutoMoto, Action, Animaux, Chasse et Pêche, Ciné Polar, Ciné FX, Science & Vie TV, Trek, Mangas et Toute l'Histoire ;
- Multithématiques (11 chaînes) : Ciné+ Premier, Ciné+ Emotion, Ciné+ Frisson, Ciné+ Classic, Ciné+ Famiz, Ciné+ Club, Comédie+, Piwi+, Télétoon+, Seasons et Polar+ ;
- 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 Investigation et Planète+ Aventure & Expérience ;
- OCS (4 chaînes) : OCS Choc, OCS Max, OCS Géants et OCS City ;
- Trace TV (3 chaînes) : Trace Urban, Trace Africa et Trace Tropical ;
- beIN SPORTS France (3 chaînes) : beIN SPORTS 1, beIN SPORTS 2 et beIN SPORTS 3 ;
- Disney Channel (2 chaînes) : Disney Channel et Disney XD ;
- Société d'édition de Canal Plus (2 chaînes) : Les Chaînes Canal+ ⁽¹⁹⁾ et Infosport ;
- 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 chaînes fournissent au Conseil des éléments de comptabilité analytique distinguant chaque chaîne, nécessaires à la réalisation de cette étude.

⁽¹⁷⁾ Les comptes de résultat ne permettent pas d'isoler l'activité réalisée hors France des chaînes étudiées.

⁽¹⁸⁾ Par convention, et cela depuis la première édition de cette étude.

⁽¹⁹⁾ L'appellation « Les chaînes Canal+ » regroupe les services suivants : Canal+, Canal+ Cinéma, Canal+ Sport, Canal+ Family, Canal+ Séries et Canal+ Décalé. Elles sont comptabilisées comme une seule chaîne, puisque juridiquement elles n'ont qu'une convention avec le CSA et bénéficient du statut de chaîne à programmation multiple.

PÉRIMÈTRE DES SERVICES PAYANTS RETENUS DANS L'ÉTUDE

CHAÎNES CONVENTIONNÉES				CHAÎNES AUTORISÉES
13 ^{ÈME} RUE	CINE+ PREMIER	M6 BOUTIQUE AND CO	PLANETE + A&E	LES CHAÎNES CANAL+
AB1	CINE FX	M6 MUSIC	QVC	PARIS PREMIERE
ACTION	CINE POLAR	MANGAS	RFM TV	PLANETE+
AFRICA 24	COMEDIE+	MCM	RMC SPORT NEWS	
ANIMAUX	DEMAIN	MCM TOP	RMC SPORT 1	
AUTOMOTO	DISNEY CHANNEL	MELODY TV	RMC SPORT 2	
BFM BUSINESS	DISNEY XD	MEZZO	SEASONS	
BEIN SPORTS 1	ELLE GIRLS	MY ZEN TV	SERIE CLUB	
BEIN SPORTS 2	ENCYCLO	NON STOP PEOPLE	TELETOON+	
BEIN SPORTS 3	EQUIDIA	NRJ HITS	TEVA	
BERBERE TV	ESCALES	OL TV	TIJI	
BEST OF SHOPPING	EURONEWS	ONZEO	TOUTE L'HISTOIRE	
CANAL J	EUROSPORT	OCS CHOC	TRACE AFRICA	
CHASSE ET PECHE	GAME ONE	OCS GEANTS	TRACE URBAN	
CINE+ CLUB	GIRONDINS TV	OCS MAX	TRACE TROPICAL	
CINE+ CLASSICS	HISTOIRE	OCS CITY	TV BREIZH	
CINE+ EMOTION	INFOSPORT+	PIWI+	USHUAÏA TV	
CINE+ FAMIZ	J-ONE	PLANETE+ CRIME ET INVESTIGATION	VIRGIN RADIO TV	
CINE+ FRISSON	KTO	POLAR+	VOYAGE	
LA CHAÎNE METEO				
78 CHAÎNES				3 CHAÎNES
81 CHAÎNES				

Source : CSA.

2.1. ANALYSE DES ÉVOLUTIONS CONSTATÉES EN 2017

BAISSE GLOBALE MAIS MODÉRÉE DES PERFORMANCES DU SECTEUR DE L'ÉDITION DE CHAÎNES PAYANTES

Le chiffre d'affaires de l'ensemble des 81 chaînes payantes étudiées est de 2 854,2 M€ en 2017, soit une baisse de 2 % qui intervient après une baisse de 1 % en 2016. Le total des résultats d'exploitation de ces chaînes reste toujours négatif à -75,6 M€. Toutefois, ce déficit se réduit de moitié en 2017, après une année 2016 qui avait atteint un niveau de déficit inédit depuis que cette étude est réalisée ⁽²⁰⁾ (soit -186 M€).

CHIFFRE D'AFFAIRES DES CHAÎNES PAYANTES EN 2017

CHAÎNES	CA 2016 (en M€) (88 chaînes)	CA 2017 (en M€) (81 chaînes)	Évolution 2017-2016 (en M€)	Évolution 2017-2016 (en %)	Part du total en 2017 (en %)
LES CHAÎNES CANAL+	1 704,0	1 544,0	-160,0	-9 %	54 %
AUTRES CHAÎNES PAYANTES	1 200,4	1 310,2	109,8	9 %	46 %
TOTAL	2 904,4	2 854,2	-50,2	-2 %	100 %

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

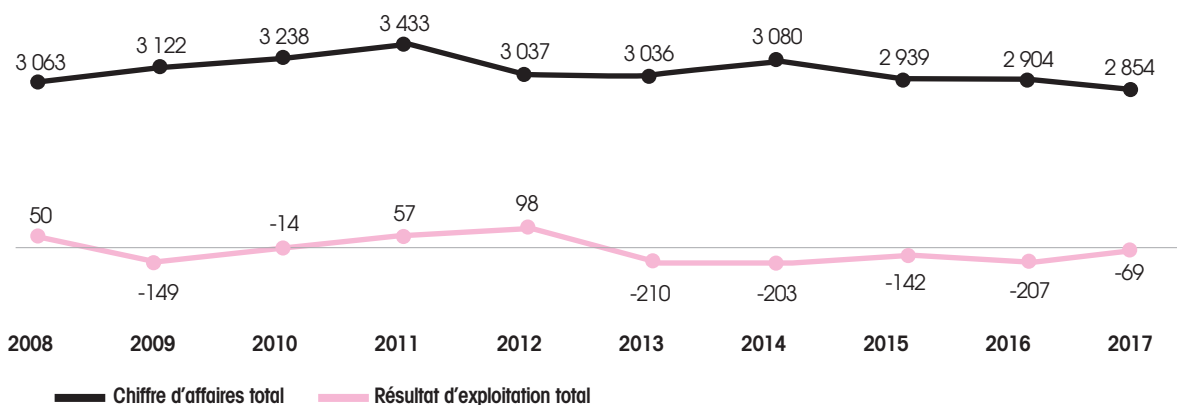
RÉSULTAT D'EXPLOITATION DES CHAÎNES PAYANTES EN 2017

CHAÎNES	CA 2016 (en M€) (88 chaînes)	CA 2017 (en M€) (81 chaînes)	Évolution 2017-2016 (en M€)	Évolution 2017-2016 (en %)
LES CHAÎNES CANAL+	20,0	7,0	-13,0	-65 %
AUTRES CHAÎNES PAYANTES	-227,1	-82,6	144,5	-64 %
TOTAL	-207,1	-75,6	131,5	-63 %

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

⁽²⁰⁾ La première édition de cette étude date de 2009.

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 2017 du chiffre d'affaires de l'ensemble des chaînes payantes s'explique par un double mouvement contraire :

- d'une part, la diminution de 160 M€ du chiffre d'affaires des chaînes Canal+ (soit une baisse de 9 %) ;
- d'autre part, l'augmentation de 110 M€ du chiffre d'affaires des autres chaînes payantes (soit une hausse de 9 %), tendance qui s'explique notamment par la forte croissance du chiffre d'affaires des chaînes beIN SPORTS.

Ce double mouvement avait déjà été observé en 2016 dans une proportion cependant différente, qui avait permis de limiter la baisse du chiffre d'affaires global à 1 % (contre 2 % en 2017).

Le poids des chaînes Canal+ dans l'économie globale des chaînes payantes reste cependant toujours prépondérant : leur chiffre d'affaires représente 54 % 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 2017 : 87 % de ce chiffre d'affaires est toujours réalisé par les redevances versées par les distributeurs et 5 % est réalisé par des recettes publicitaires. Les « autres recettes » représentent 8 % 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 1 544 M€ en 2017 (contre 1 704 M€ en 2016, soit une diminution de 9 %). Le chiffre d'affaires de cette société a diminué de 20 % depuis 2013 et cela de façon très régulière (-4 % en 2014 et en 2016, -5 % en 2017, soit une baisse de près de 400 M€).

Plus de 90 % de son chiffre d'affaires provient des recettes d'abonnement. Ces dernières sont toutefois en baisse (7 % en 2017) ainsi que ses recettes publicitaires qui connaissent une très forte diminution (-78 %).

Le résultat d'exploitation de SECP ainsi que son résultat net ont fortement diminué en 2017 (respectivement de 65 % et de 95 %) pour s'établir à, respectivement, 7 M€ et 1 M€.

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

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES CHÂÎNES PAYANTES (HORS LES CHÂÎNES CANAL+)

Le chiffre d'affaires cumulé des 80 chaînes payantes étudiées (hors les chaînes Canal+) s'établit à 1 310 M€ en 2017. Il est en augmentation depuis deux ans (+9 % en 2017 et +6 % en 2016).

L'augmentation en 2017 s'explique, comme en 2016, principalement par la hausse conséquente du chiffre d'affaires des chaînes beIN SPORTS.

Cependant, et cela pour la première fois depuis 2012, le chiffre d'affaires des chaînes payantes hors les chaînes beIN SPORTS (et hors Les Chaînes Canal+) augmente également (+4 %).

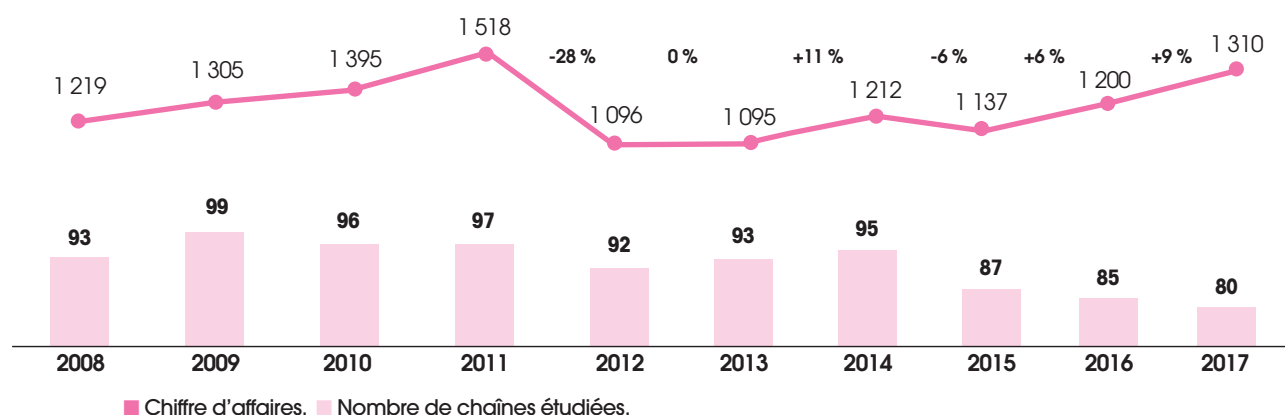
Ce mouvement peut s'expliquer d'une part par le lancement de nouvelles chaînes en 2017 (notamment les deux chaînes sportives RMC Sport 1 et RMC Sport News qui réalisent dès leur première année d'exploitation des chiffres d'affaires non négligeables) et d'autre part, par l'augmentation toujours régulière du chiffre d'affaires des chaînes OCS.

Cette augmentation du chiffre d'affaires des chaînes payantes s'accompagne parallèlement de la diminution régulière du nombre de chaînes payantes. Une première vague de réduction du nombre de chaînes a été initiée par les

groupes audiovisuels « historiques », TF1, M6 et Groupe Canal Plus qui a conduit à la fermeture de huit chaînes ⁽²¹⁾ en 2015. A partir de 2016, on assiste à l'arrêt, souvent pour raisons économiques, d'une dizaine de chaînes non adossées à de grands groupes français ou internationaux, chaînes pourtant présentes depuis de nombreuses années sur le marché de la télévision payante ⁽²²⁾.

Le secteur de la télévision payante est très concentré : trois groupes de chaînes, beIN SPORTS, OCS et Ciné+, réalisent à trois près de la moitié du chiffre d'affaires total des chaînes payantes.

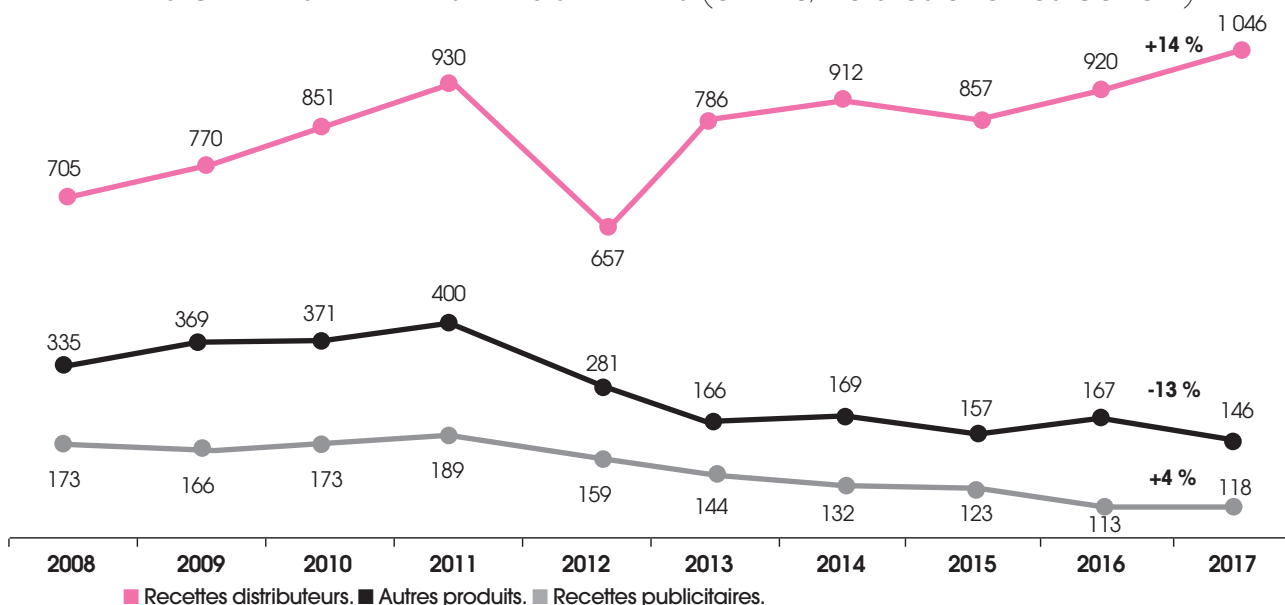
ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES CHAÎNES PAYANTES DEPUIS DIX ANS ET NOMBRE DE CHAÎNES ÉTUDIÉES (en M€, hors les chaînes Canal+)



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

Les recettes en provenance des distributeurs représentent toujours la grande majorité du chiffre d'affaires des chaînes payantes (80 %). Les recettes publicitaires ne représentent que 9 % du total des ressources de ces chaînes, le solde étant réalisé par les « autres produits ».

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.

Depuis deux années consécutives, les recettes de distribution des chaînes payantes (hors les chaînes Canal+) augmentent de façon significative : +7 % en 2016 (soit +63 M€) et +14 % en 2017 (soit +126 M€).

Ces augmentations successives s'expliquent principalement par la croissance des recettes de distribution enregistrées

⁽²¹⁾ Ces huit chaînes sont : Cuisine+, Jimmy, Maison+, Sport+, Planète Thalassa+, M6 Music Black, M6 Music Club et TF6.

⁽²²⁾ Ces chaînes sont les suivantes : Campagne TV, Girondins TV, Ma chaîne Etudiante, Montagne TV, Motors TV, No Life, OM TV, Sport 365 et Vivolta.

par les chaînes beIN SPORTS et, dans une moindre mesure, par les chaînes OCS. Elle s'explique aussi par l'intégration en 2017 dans le périmètre de l'étude de deux chaînes éditées par le groupe Altice/SFR (RMC Sport 1 et RMC Sport News).

Les recettes publicitaires ont augmenté de 4 % en 2017 (soit 5 M€), et cela pour la première fois depuis 2011. Ce retournement de tendance s'explique notamment par l'augmentation significative des recettes publicitaires de la chaîne BFM Business TV mais aussi de la chaîne TV Breizh et des chaînes éditées par Lagardère Thématiques.

A l'inverse, même si une quinzaine de chaînes enregistrent une baisse de leurs recettes publicitaires, ces baisses ne sont individuellement pas très significatives.

Les investissements publicitaires restent, comme les années précédentes, concentrés sur un petit nombre de sociétés. Cinq chaînes ou groupes de chaînes (Euronews, beIN SPORTS, Disney Channel, Téva et Paris Première) concentrent plus de 50 % du total des ressources publicitaires en 2017.

RÉPARTITION DES SOCIÉTÉS ÉDITRICES PAR TRANCHE DE CHIFFRE D'AFFAIRES

Les 40 sociétés éditrices de chaînes payantes ont des économies contrastées.

SOCIÉTÉS ÉDITRICES DE CHAÎNES PAYANTES CLASSÉES SELON LE CHIFFRE D'AFFAIRES (CA) RÉALISÉ EN 2017

CA ≤ 5 M€	5 M€ ≤ CA < 15 M€	15 M€ ≤ CA < 40 M€	40 M€ ≤ CA < 80 M€	CA ≥ 80 M€
Africa 24 Berbère TV BFM Business TV Demain Girondins TV KTO M6 Music Mélody My Zen TV Non Stop People NRJ Hits OLTC Onzéo	histoire La Chaîne Météo Mezzo QVC RMC Sport 1 RMC Sport News Série Club Ushuaïa TV Voyage	13 ^{ème} Rue Best of Shopping/ M6 Boutique Equidia Game One/J One (2 chaînes) Paris Première Planète Câble Téva Trace TV (3 chaînes) TV Breizh	AB Thématiques (11 chaînes) Disney Channel (2 chaînes) Euronews Eurosport (2 chaînes) Lagardère Thématiques (8 chaînes) RMC Sport 2	beIN SPORTS (3 chaînes) Multithématiques (11 chaînes) OCS (4 chaînes)

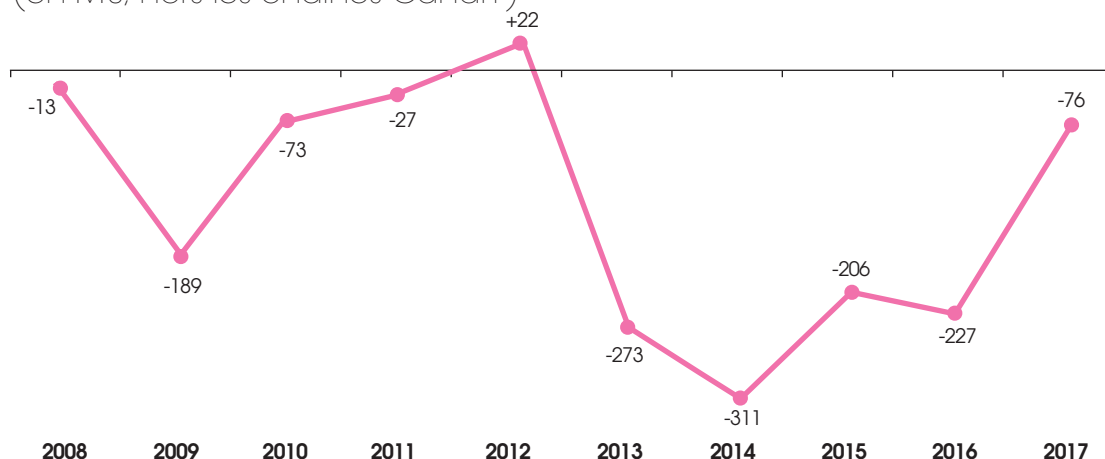
Source : CSA, d'après les déclarations des éditeurs.

UN RÉSULTAT D'EXPLOITATION ET UN RÉSULTAT NET TOUJOURS FORTEMENT NÉGATIFS MAIS QUI S'AMÉLIORENT

En 2017, les résultats d'exploitation cumulés de l'ensemble des chaînes payantes (hors les chaînes Canal+) est toujours négatif (-75,6 M€) mais ce déficit est bien moins prononcé que ceux observés depuis 2013. Cette tendance s'explique notamment par la diminution du déficit des chaînes beIN SPORTS, déficit qui reste cependant conséquent. En effet, depuis quatre ans, les déficits très marqués des chaînes payantes, prises globalement, résultent de l'intégration dans le périmètre de l'étude des chaînes beIN SPORTS lourdement déficitaires depuis leur lancement.

Sans l'intégration du résultat d'exploitation négatif de beIN SPORTS dans le cumul des résultats d'exploitation, ce dernier serait positif comme en 2016.

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.

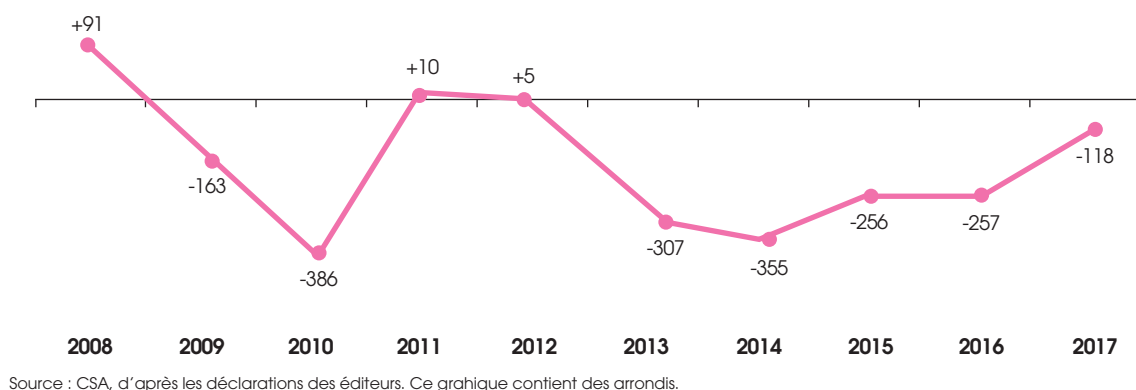
La situation financière des chaînes payantes s'est globalement améliorée depuis deux ans. En effet, une large majorité des sociétés étudiées sont bénéficiaires en 2017 (30 sociétés sur 40) et le nombre de sociétés déficitaires a fortement diminué (10 en 2017 contre 16 en 2015).

En effet, en 2017, la situation des sociétés éditant les chaînes payantes étudiées est la suivante :

- 30 présentent un résultat d'exploitation positif, parmi lesquelles 22 affichent un résultat d'exploitation supérieur à 1 M€. Trois présentent un résultat opérationnel supérieur à 10 M€ : Disney Channel, Téva et Lagardère Thématisques.
- 10 affichent un résultat d'exploitation négatif, parfois très important. Parmi ces dernières, outre la société beIN SPORTS, apparaissent les sociétés QVC, Euronews et OCS.

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+)

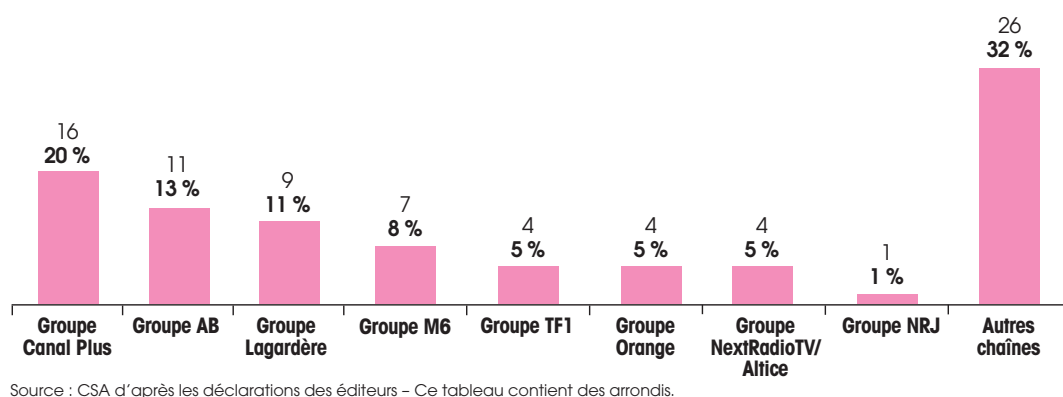


Sans l'inclusion des chaînes beIN SPORTS dans le total des résultats nets des chaînes payantes, et même s'il s'améliore par rapport à 2016, ce dernier reste cependant négatif en 2017.

2.2 BILAN FINANCIER DES CHAÎNES PAYANTES PAR GROUPE ⁽²³⁾

Sur les 81 chaînes payantes étudiées, 55 sont éditées par des groupes audiovisuels français également présents dans l'édition de chaînes gratuites (à l'exception du groupe Orange), soit 68 % du total.

NOMBRE DE CHAÎNES PAYANTES ÉDITÉES PAR GROUPE EN 2017 ET PART RELATIVE DU CHIFFRE D'AFFAIRES SUR LE TOTAL DES CHAÎNES PAYANTES



⁽²³⁾ 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 2017

Le groupe Canal Plus demeure le premier acteur sur le marché de l'édition de chaînes payantes : le chiffre d'affaires cumulé des chaînes payantes qu'il édite représente encore 60 % du total, même si son poids diminue depuis quelques années ⁽²⁴⁾. En effet, le chiffre d'affaires réalisé par ce groupe dans l'édition de chaînes payantes (les chaînes Canal+ ⁽²⁵⁾ ainsi que 15 chaînes thématiques ⁽²⁶⁾) est en recul de 8 % par rapport à 2016 (1 717 M€ en 2017 contre 1 867 M€ en 2016) et cela après une baisse de 6 % constatée entre 2015 et 2016.

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES CHAÎNES PAYANTES VENTILÉ PAR GROUPE EN 2017 (avec et sans les chaînes Canal+, en M€)

GROUPE	CHAÎNES	CHIFFRE D'AFFAIRES 2016	CHIFFRE D'AFFAIRES 2017	ÉVOLUTION 2017-2016	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	1 704,0	1 544	-9 %		54 %
CHAÎNES THÉMATIQUES DU GROUPE CANAL+	Ciné+ Premier, Ciné+ Club, Ciné+ Emotion, Ciné+ Frisson, Ciné+ Famiz, Ciné+ Classic, Comédie+, Infosport+, Pivi+, Planète+, Planète+ C I, Planète+ A&E, Polar, Seasons, Télétoon+	163,2	172,5	6 %	13 %	6 %
	TOTAL GROUPE CANAL PLUS	1 867,2	1 716,6	-8 %		60 %
ORANGE	Orange Cinéma Choc, Orange Cinéma Géants, Orange Cinéma Happy, Orange Cinéma Max	84,1	95,5	14 %	7 %	3 %
M6	Best of Shopping, Girondins TV, M6 Boutique and Co, M6 Music, Paris Première, Téva, Série Club*	87,6	90,4	3 %	7 %	3 %
NEXTRADIOTV/ALTICE	RMC Sport 1, RMC Sport 2**, RMC Sport News, BFM Business	41,5	65,1	57 %	5 %	2 %
LAGARDÈRE	Canal J, Elle Girls, MCM, MCM Top, Mezzo, RFM TV, Tiji, Virgin Radio TV	59,2	60,6	2 %	5 %	2 %
TF1	Histoire, TV Breizh, Ushuaïa TV, Série Club*	33,2	36,9	11 %	3 %	1 %
AB	AB1, AutoMoto**, Action, Animaux, Chasse et Pêche, Ciné Polar, Ciné FX, Mangas, Sciences et Vie TV, Toute L'Histoire, Trek	46,8	49,3	5 %	4 %	2 %
AUTRES CHAÎNES (DONT NRJ HITS)	13 ^{ème} Rue, Africa 24, BeIN SPORTS 1, 2, 3, Berbère TV, Demain, Disney Channel, Disney XD, Equidia, Euronews, Eurosport, Game One, J-One, KTO, La Chaîne Météo, Melody, My Zen TV, Non Stop People, NRJ Hits, OLV, Onzéo, QVC, Trace Urban, Trace Tropical, Trace Africa, Voyage	684,8	740,0	8 %	56 %	26 %
TOTAL SANS LES CHAÎNES CANAL+		1 200,4	1 310,4	9 %	100 %	
TOTAL AVEC LES CHAÎNES CANAL+		2 904,4	2 854,4	-2 %		100 %

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

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

** La chaîne AB Motors a été renommée AutoMoto et la chaîne SFR Sport 2 a été renommée RMC Sport 2.

ANALYSE DES ÉVOLUTIONS CONSTATÉES DEPUIS 2011

De 2011 ⁽²⁷⁾ à 2017, le chiffre d'affaires de l'ensemble des chaînes payantes a diminué de 17 % passant de 3 433 M€ en 2011 à 2 854 M€ en 2017.

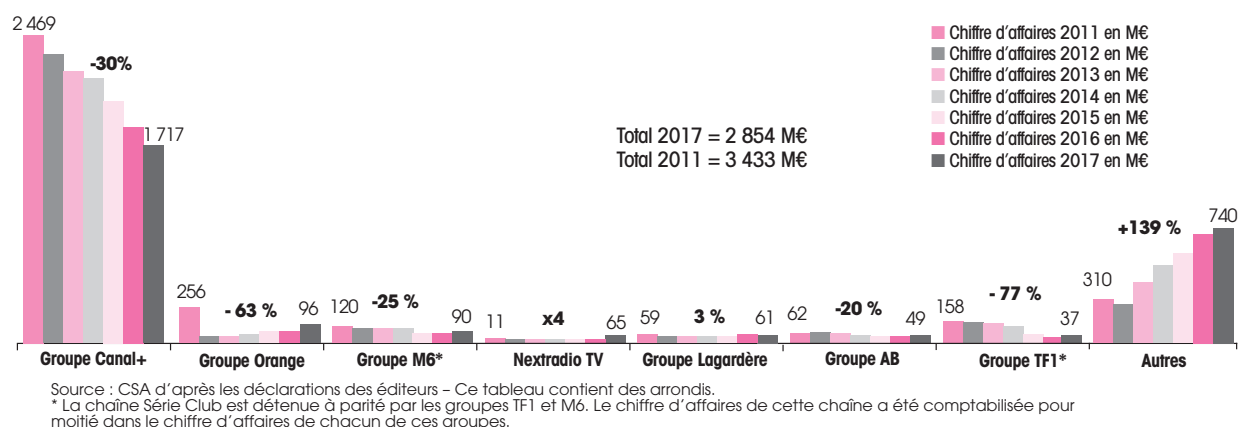
⁽²⁴⁾ Pour mémoire, en 2012 la part du total des chiffres d'affaires réalisés par Groupe Canal Plus dans l'édition de chaînes payantes sur le total des chiffres d'affaires des chaînes payantes était de 76 %.

⁽²⁵⁾ 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.

⁽²⁶⁾ Ces 15 chaînes sont éditées par deux sociétés : Multithématiques et Planète Câble.

⁽²⁷⁾ L'année 2011 a été retenue comme année de comparaison par rapport à 2016, en raison du fait que le groupe Orange éditait encore ses chaînes sportives cette année-là.

ÉVOLUTION DE 2011 À 2017 DU CHIFFRE D'AFFAIRES RÉALISÉ PAR LES CHÂÎNES PAYANTES VENTILÉ PAR GROUPE (en M€ et en %)



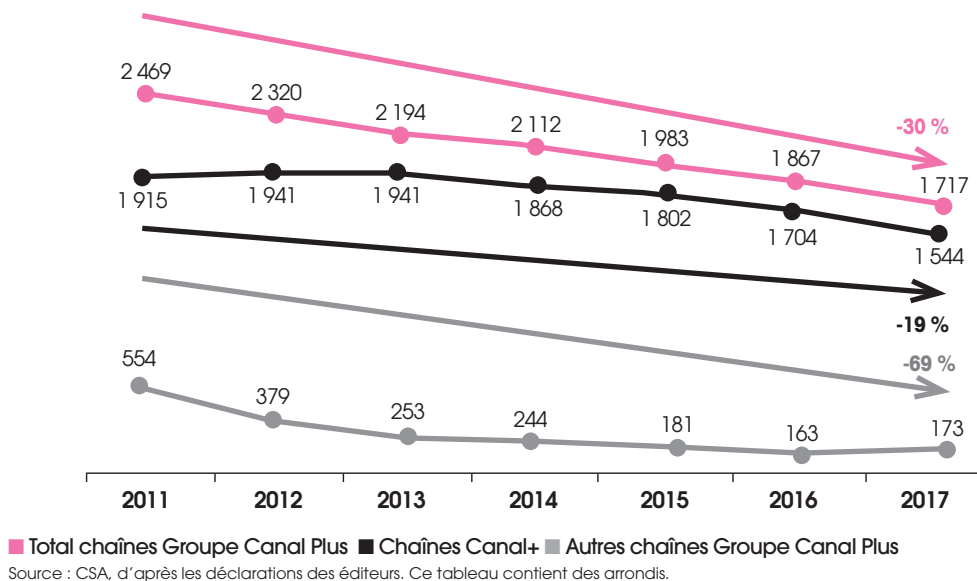
Sur la période, la croissance la plus importante est réalisée par l'agrégat « autres chaînes » dont le chiffre d'affaires représente dorénavant plus de la moitié du chiffre d'affaires réalisé par l'ensemble des chaînes payantes hors les chaînes Canal+ (soit 740 M€ sur 1 310,2 M€). Cette croissance s'explique par l'effet conjugué du lancement des chaînes belN SPORTS et de la cession par le groupe TF1 de la chaîne Eurosport au groupe américain Discovery.

Parallèlement, le chiffre d'affaires réalisé dans l'édition de chaînes payantes par les groupes Canal Plus, M6, AB, Orange⁽²⁸⁾ et surtout TF1⁽²⁹⁾, 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...).

Le chiffre d'affaires cumulé des chaînes payantes éditées par Groupe Canal Plus a diminué de 30 % depuis 2011, diminution qui touche tant Les Chaînes Canal+ (-19 %) que les chaînes thématiques éditées par Groupe Canal Plus (-69 %). Le chiffre d'affaires de ces dernières a en effet été divisé par trois sur la période.

Alors qu'en 2011, les chaînes thématiques du Groupe Canal Plus réalisaient 36 % du chiffre d'affaires total des chaînes payantes (hors Les Chaînes Canal+), elles ne représentent plus que 13 % de ce total.

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



(28) 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.

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

ANALYSE DE L'ÉVOLUTION DES RECETTES DES CHÂÎNES PAYANTES PAR GROUPE AUDIOVISUEL

Les chaînes éditées par le Groupe Canal Plus enregistrent en 2017 tant une baisse de leurs recettes de distribution que de leurs recettes publicitaires.

Le portefeuille d'abonnés individuels en France métropolitaine auto-distribués du Groupe Canal Plus s'élève en 2017 à 4,950 millions (contre 5,254 millions en 2016 soit un recul de 304 000 abonnés). A ce nombre d'abonnés viennent cependant s'ajouter 3,117 millions d'abonnés « indirects », via les partenariats conclus en 2016 par le Groupe Canal Plus avec les fournisseurs d'accès à internet ⁽³⁰⁾.

Les autres groupes audiovisuels enregistrent une augmentation tant des recettes en provenance des distributeurs que des recettes publicitaires. Les progressions les plus marquées sont enregistrées par le groupe NextRadioTV/Altice. En effet, son périmètre s'est élargi en 2017 grâce au lancement de deux nouvelles chaînes, RMC Sport News et RMC Sport 1, qui réalisent, dès leur première année d'exploitation, des chiffres d'affaires non négligeables.

CHIFFRE D'AFFAIRES DE DISTRIBUTION ET CHIFFRE D'AFFAIRES PUBLICITAIRE DES CHÂÎNES PAYANTES EN 2017, VENTILÉS PAR GROUPE

GROUPES	RECETTES DE DISTRIBUTION			RECETTES PUBLICITAIRES		
	2016 (en M€)	2017 (en M€)	Évolution 2017-2016 (en %)	2016 (en M€)	2017 (en M€)	Évolution 2017-2016 (en %)
GROUPE CANAL PLUS	1 690,9	1 597,9	- 6 %	79,0	20,3	- 74 %
ORANGE	84,1	95,5	14 %	0,0	0,0	0 %
M6	40,9	42,4	4 %	17,8	19,1	7 %
NEXTRADIOTV/ALTICE	37,8	54,8	45 %	0,7	4,8	586 %
LAGARDÈRE	45	48,1	7 %	4,1	5,7	39 %
AB	41,4	43,2	4 %	4,4	5,0	14 %
TF1	28	29,9	7 %	5,2	6,7	29 %
AUTRES CHÂÎNES (DONT NRJ HITS)	492,0	571,3	16 %	74,7	72,2	- 3 %
TOTAL	2 460,1	2 483,1	1 %	185,9	133,8	-28 %

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

ANALYSE DES RÉSULTATS DES CHÂÎNES PAYANTES PAR GROUPE

L'activité d'édition des chaînes payantes de chacun des groupes étudiés est bénéficiaire en 2017, à l'exception des quatre chaînes cinéma OCS qui restent déficitaires.

Les résultats des chaînes thématiques éditées par le Groupe Canal Plus (hors Les Chaînes Canal+) connaissent une nette amélioration, due à la situation bénéficiaire de la société Multithématiques après deux années de déficit. Cette amélioration tient notamment à une augmentation significative des recettes de distribution perçues par les chaînes éditées par cette société et à une réduction des charges d'exploitation.

L'agrégat « autres chaînes » est toujours lourdement déficitaire en 2017, bien que ce déficit ait été diminué de moitié.

Cependant, alors qu'en 2016, les « autres chaînes » hors les chaînes beIN SPORTS, étaient globalement à l'équilibre, cela n'est plus le cas en 2017, leur résultat d'exploitation et leur résultat net étant négatifs. Cette situation s'explique notamment par les résultats d'exploitation et les résultats nets en forts déficits de deux chaînes, QVC et Euronews.

RÉSULTATS D'EXPLOITATION ET RÉSULTATS NETS DES CHÂÎNES PAYANTES EN 2017, VENTILÉS PAR GROUPE

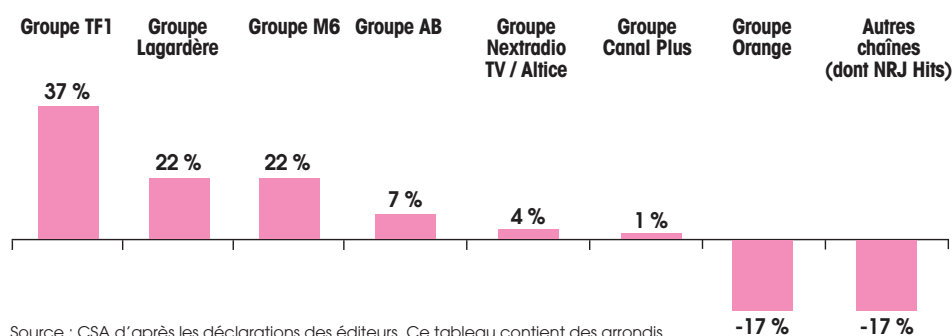
GROUPES	RÉSULTAT D'EXPLOITATION			RÉSULTAT NET		
	2016 (en M€)	2017 (en M€)	Évolution 2017-2016 (en %)	2016 (en M€)	2017 (en M€)	Évolution 2017-2016 (en %)
LES CHÂÎNES CANAL+	20,0	7,0	- 65 %	19,0	1,0	- 95 %
CHÂÎNES THÉMATIQUES DU GROUPE CANAL PLUS	- 4,2	6,5	NS	- 4,1	5,6	NS
TOTAL GROUPE CANAL PLUS	15,8	13,5	- 15 %	14,9	6,6	- 56 %
ORANGE	- 12,0	- 15,9	33 %	- 17,3	- 22,2	28 %
M6	15,7	20,1	28 %	10,3	13,6	32 %
NEXTRADIOTV/ALTICE	- 3,1	2,3	NS	- 8,0	1,8	NS
LAGARDÈRE	10,1	13,5	34 %	9,5	8,6	- 9 %
AB	3,9	3,5	- 10 %	2,4	2,3	- 4 %
TF1	10,3	13,5	31 %	7,1	9,0	27 %
AUTRES CHÂÎNES (DONT NRJ HITS)	- 247,9	- 126,1	- 49 %	- 256,5	- 137,0	- 47 %
TOTAL	- 207,2	- 75,6	- 64 %	- 237,6	- 117,3	- 51 %
TOTAL SANS LES CHÂÎNES CANAL+	- 227,8	- 82,6	- 64 %	- 241,6	- 118,3	- 51 %

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

⁽³⁰⁾ Source : Rapport annuel 2017 du groupe Vivendi. Il est précisé que ce nombre d'abonnés avec les partenaires Télécom « comprend les partenariats stratégiques signés avec Free et Orange, ainsi que plus récemment avec Bouygues Telecom ». Pour mémoire, à compter du 1^{er} octobre 2016, Groupe Canal Plus et Free proposent aux abonnés triple play de Free une offre de couplage intégrant les chaînes « TV by Canal Panorama » et à compter du 6 octobre 2016, Groupe Canal+ et Orange proposent aux abonnés « fibre » d'Orange, l'offre « Famille by Canal ».

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

TAUX DE RENTABILITÉ DES GROUPES AUDIOVISUELS DANS L'ÉDITION DE CHAÎNES PAYANTES EN 2017

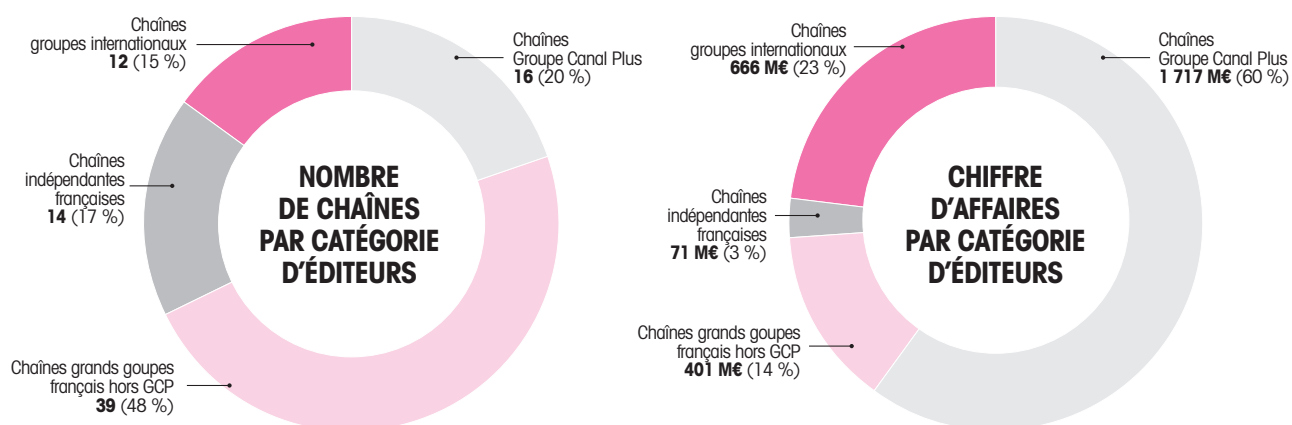


2.3 ANALYSE DU SECTEUR DE L'ÉDITION DE CHAÎNES PAYANTES PAR CATÉGORIE D'ÉDITEURS

Les 81 chaînes étudiées peuvent être regroupées en quatre catégories représentatives chacune d'un type d'éditeurs :

- la première catégorie regroupe les chaînes éditées par le Groupe Canal Plus, la place prépondérante qu'occupe ce groupe sur le marché de la télévision payante justifiant qu'il soit présenté indépendamment des autres groupes français. Ce groupe édite 20 % des chaînes payantes et réalise 60 % du chiffre d'affaires total ;
- la deuxième catégorie regroupe les chaînes éditées par les autres grands groupes audiovisuels français (TF1, M6, Lagardère, AB, Orange, NextRadioTV/Altice et NRJ). Ces derniers éditent un nombre important de chaînes (39 chaînes soit 48 % du total) mais ne réalisent que 14 % du chiffre d'affaires total du secteur en 2017 ;
- la troisième catégorie regroupe les chaînes éditées par des sociétés françaises indépendantes des grands groupes audiovisuels et dont l'activité audiovisuelle se limite souvent à l'édition d'une seule chaîne payante. Bien qu'éditant 14 chaînes (soit 17 % du total), ces dernières ne réalisent que 3 % du chiffre d'affaires total du secteur ;
- enfin, la quatrième catégorie regroupe les chaînes qui, bien qu'implantées en France, sont des filiales de grands groupes européens ou internationaux. Au nombre de 12, ces chaînes réalisent 23 % du chiffre d'affaires total du secteur.

RÉPARTITION DU NOMBRE DE CHAÎNES ET DU CHIFFRE D'AFFAIRES SELON LA CATÉGORIE D'ÉDITEURS EN 2017



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

La quatrième catégorie de chaînes, qui regroupe les chaînes éditées par des sociétés internationales, peut être divisée en deux sous-catégories :

- les huit chaînes dont l'actionnaire est nord-américain ⁽³¹⁾. Elles réalisent 6 % du chiffre d'affaires total du secteur ;
- les deux chaînes éditées par des groupes non américains : beIN SPORTS propriété du groupe qatari beIN Media Group et Euronews ⁽³²⁾ qui est une chaîne internationale dont l'actionnariat est majoritairement détenu par une société luxembourgeoise. Ces deux chaînes réalisent 17 % du chiffre d'affaires total du secteur.

La catégorie regroupant les groupes français hors Canal+ présente le taux de rentabilité ⁽³³⁾ le plus élevé.

CHIFFRE D'AFFAIRES, RÉSULTAT D'EXPLOITATION ET TAUX DE RENTABILITÉ PAR CATÉGORIE D'ÉDITEURS EN 2017

GROUPES	CHIFFRE D'AFFAIRES (EN M€)	RÉSULTAT D'EXPLOITATION (EN M€)	TAUX DE RENTABILITÉ (EN %)
GROUPE CANAL PLUS	1 716,5	13,5	1 %
GROUPE FRANÇAIS HORS CANAL+	400,6	38,4	10 %
AUTRES ÉDITEURS FRANÇAIS	71,4	0,5	1 %
GROUPE INTERNATIONAUX	665,7	-128	-19 %
<i>dont GROUPE US</i>	<i>188,7</i>	<i>3,0</i>	<i>2 %</i>
TOTAL	2 854,2	-75,6	-3 %

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 69 chaînes sur 81) et réalisant 77 % du chiffre d'affaires du secteur.

⁽³¹⁾ Les groupes nord-américains éditant des chaînes en France sont les suivants : Disney (Disney Channel, Disney XD), Discovery (Eurosport), Fox (Voyage), Viacom (Game One et J-One), Liberty Interactive (QVC) et Universal (13^{ème} Rue).

⁽³²⁾ 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.

⁽³³⁾ Rappel : le taux de rentabilité est le rapport entre le résultat d'exploitation et le chiffre d'affaires réalisé dans l'édition de chaînes payantes.

PARTIE II : LA PUBLICITÉ

REMARQUES MÉTHODOLOGIQUES

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

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

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

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

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

1. INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES BRUTS SUR L'ENSEMBLE DES CHÂÎNES EN 2018

En 2018, les annonceurs ont investi 12 645,6 M€ bruts (données brutes aux prix tarifs, avant remises et dégressifs) dans la publicité télévisée (hors parrainage).

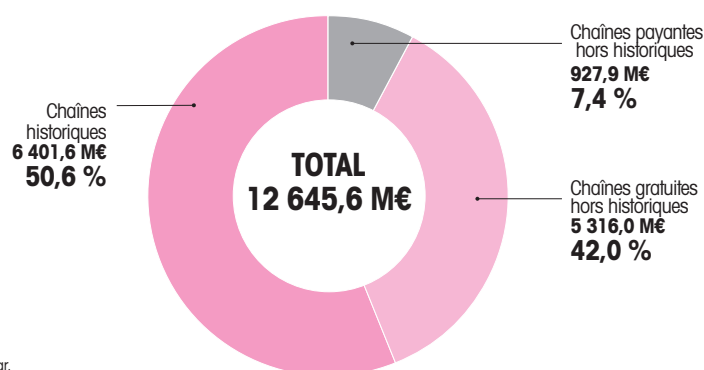
ÉVOLUTION DES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES BRUTS SUR LES CHÂÎNES (en M€, hors parrainage)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	ÉVOLUTION EN %
CHÂÎNES HISTORIQUES ⁽³⁴⁾	5 421,4	5 354,0	5 409,8	5 644,5	5 925,1	6 121,9	6 265,4	6 248,7	6 401,6	2,4 %
CHÂÎNES GRATUITES HORS HISTORIQUES	1 902,2	2 431,7	2 766,9	3 178,5	3 771,1	4 029,9	4 337,7	5 032,3	5 316,0	5,6 %
CHÂÎNES PAYANTES HORS HISTORIQUES	775,9	848,6	823,4	776,7	841,0	873,4	751,5	784,6	927,9	18,3 %
TOTAL	8 099,5	8 634,3	9 000,1	9 599,7	10 537,2	11 025,1	11 354,6	12 065,6	12 645,6	4,8 %

Source : Kantar.

En 2018, plus de la moitié des investissements publicitaires bruts des annonceurs a été effectuée sur les chaînes historiques (50,6 %), 42,0 % sur les chaînes gratuites de la TNT, et 7,3 % sur les chaînes payantes (hors parrainage).

RÉPARTITION DES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES BRUTS SUR LES CHÂÎNES EN 2018 (en M€, hors parrainage)



Source : Kantar.

⁽³⁴⁾ Les sept chaînes nationales historiques sont les suivantes : TF1, France 2, France 3, France 5, M6, les chaînes Canal+ et Arte.

CLASSEMENT DES SECTEURS ANNONCEURS EN TÉLÉVISION* SELON LES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES BRUTS EN 2017 ET 2018 (en M€, hors parrainage)

	2017	2018	RAPPEL CLASSEMENT 2017	ÉVOLUTION EN %
Alimentation	1 963,9	1 891,9	1	-3,7 %
Hygiène-Beauté	1 424,6	1 495,8	2	5,0 %
Automobile-Transport	1 365,4	1 480,9	3	8,5 %
Distribution	1 224,8	1 302,7	4	6,4 %
Ets financiers-Assurance	820,6	899,4	5	9,6 %
Tourisme-Restaurant	745,1	866,0	6	16,2 %
Télécommunications	596,2	590,3	7	-1,0 %
Culture & loisirs	619,9	589,4	8	-4,9 %
Santé	556,7	548,3	9	-1,5 %
Services	320,3	362,6	11	13,2 %
Entretien	344,2	334,1	10	-2,9 %
TOTAL DES 10 PREMIERS SECTEURS	9 666,8	10 027,3		3,7 %

*Y compris sur France Télévisions.
Source : Kantar.

En 2018, le total des investissements publicitaires bruts en télévision représente 12 645,6 M€. L'ordre du classement 2018 est le même que celui de 2017, excepté la catégorie Entretien qui quitte le top 10 pour laisser place à la catégorie Services. Malgré une baisse par rapport à 2017 (-3,7 %), les investissements publicitaires de l'Alimentation restent en tête des secteurs annonceurs en 2018, soit 1 891,9 M€ bruts. À noter que l'ensemble des secteurs (excepté l'Alimentation, les Télécommunications et la Santé) connaissent une hausse dans les investissements publicitaires. Le secteur Tourisme-Restaurant est celui pour laquelle la hausse est la plus significative (+16,2 %).

INDICATEURS PUBLICITAIRES SUR LES CHÂÎNES HISTORIQUES

En 2018, les investissements publicitaires bruts des annonceurs augmentent de 2,4 % sur les sept chaînes historiques pour atteindre 6 401,6 M€. Ces sept chaînes représentent 50,6 % du total des investissements bruts des annonceurs en télévision (parrainage inclus).

CLASSEMENT DES 10 PREMIERS SECTEURS ANNONCEURS SUR LES CHÂÎNES HISTORIQUES EN 2017 ET 2018 (en M€, hors parrainage)

	2017	2018	RAPPEL CLASSEMENT 2017	ÉVOLUTION EN %
Alimentation	1 089,9	1 030,2	1	-5,5 %
Hygiène-Beauté	855,6	861,9	2	0,7 %
Automobile-Transport	652,7	716,9	4	9,8 %
Distribution	665,6	702,6	3	5,6 %
Ets financiers-Assurance	409,1	441,7	5	8,0 %
Tourisme-Restaurant	319,4	368,9	8	15,5 %
Télécommunications	342,4	314,6	6	-8,1 %
Santé	330,8	312,0	7	-5,7 %
Entretien	231,4	225,7	9	-2,5 %
Culture & loisirs	198,8	177,3	10	-10,8 %
TOTAL DES 10 PREMIERS SECTEURS	5 095,7	5 151,8		1,1 %
TOTAL SECTEURS	6 248,7	6 401,6		2,4 %

Source : Kantar. Ce tableau contient des arrondis.

En 2018, les opérations de parrainage sur les chaînes historiques représentent un coût équivalent publicitaire brut de 1 071,1 millions d'euros, soit 77,6 % de l'activité annuelle de ce segment.

CLASSEMENT DES 5 PREMIERS SECTEURS ANNONCEURS EN PARRAINAGE TV EN 2017 ET 2018 (en coût équivalent spot publicitaire, en M€ bruts)

	2017	2018	RAPPEL CLASSEMENT 2017	ÉVOLUTION EN %
Alimentation	159,1	220,0	1	38,3 %
Distribution	155,1	144,2	2	-7,0 %
Ets financiers-Assurance	91,8	97,6	3	6,3 %
Automobile-Transport	45,6	73,9	4	62,1 %
Tourisme-Restaurant	46,1	65,4	5	41,9 %
TOTAL DES 5 PREMIERS SECTEURS	497,8	601,1		20,8 %
TOTAL SECTEURS PARRAINAGE TV CHÂÎNES HISTORIQUES	855,7	1 071,1		25,1 %
Nombre d'annonceurs	838	940		12,2 %

Source : Kantar, données brutes.

LES INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES BRUTS SUR LES CHÂÎNES HORS HISTORIQUES

En 2018, les chaînes hors historiques ont connu une nouvelle croissance. Les investissements publicitaires bruts atteignent 6 243,9 M€, soit une augmentation de 426,9 M€ par rapport à 2017 (+7,3 %). Elles représentent, en 2018, 49,3 % du total des investissements publicitaires des annonceurs en télévision (hors parrainage). Cette progression est principalement assurée par les chaînes payantes (+18,3 % par rapport à 2017). Les chaînes gratuites hors historiques ont également progressé de 5,6 % en 2018.

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

	2008	2009	2010 *	2011	2012	2013 *	2014	2015	2016	2017	2018	ÉVOLUTION EN %
CHÂÎNES PAYANTES **	722,8	708,8	775,9	848,6	823,4	776,7	841,0	873,4	753,2	784,6	927,9	18,3 %
CHÂÎNES GRATUITES	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	5 316,0	5,6 %
TOTAL CHÂÎNES 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	5 090,9	5 817,0	6 243,9	7,3 %

Total chaînes TNT et chaînes thématiques - hors chaînes historiques - hors parrainage et chaînes non valorisées - aux prix tarifs, avant remises et dégressifs.
* Intégration de France Ô aux nouvelles chaînes gratuites de la TNT en 2010 et des six nouvelles chaînes de la TNT HD en 2013 (TF1 Séries Films, L'Équipe 21, 6ter, RMC Story, RMC Découverte et Chérie 25).

** Hors les chaînes Canal+ qui sont intégrées dans les sept chaînes nationales historiques.
Source : Kantar.

LE POIDS DES CHÂÎNES, HORS CHÂÎNES HISTORIQUES, DANS L'ACTIVITÉ PUBLICITAIRE BRUTE EN TÉLÉVISION (HORS PARRAINAGE)

En 2018, le total des investissements de l'ensemble des annonceurs représentait 6 243,9 M€ (hors chaînes historiques et hors parrainage).

CLASSEMENT DES 15 PREMIERS SECTEURS ANNONCEURS SUR LES CHÂÎNES HORS HISTORIQUES EN 2017 ET 2018 (en M€)

CLASSEMENT 2018		2017	2018	RAPPEL CLASSEMENT 2017	ÉVOLUTION EN %
1	Alimentation	874,1	861,7	1	-1,4 %
2	Automobile-Transport	712,6	764,0	2	7,2 %
3	Hygiène Beauté	569,1	633,8	3	11,4 %
4	Distribution	559,2	600,0	4	7,3 %
5	Tourisme-Restaurant	425,6	497,1	5	16,8 %
6	Ets financiers Assurance	411,5	457,7	6	11,2 %
7	Culture & Loisirs	397,4	413,0	7	3,9 %
8	Télécommunications	281,4	277,2	8	-1,5 %
9	Services	221,8	258,2	10	16,4 %
10	Santé	225,9	236,3	9	4,6 %
11	Mode et accessoires	147,8	153,2	12	3,7 %
12	Edition	161,1	145,4	11	-9,7 %
13	Boissons	121,2	144,3	14	19,1 %
14	Appareils ménagers	94,6	113,5	16	20,0 %
15	Entretien	112,8	108,4	15	-3,9 %
16	Information Média	122,4	94,3	13	-23,0 %
	TOTAL DES 15 PREMIERS SECTEURS	5 316,1	5 663,8		6,5 %
	TOTAL TV HORS CHÂÎNES HISTORIQUES	5 817,0	6 243,9		7,3 %

Source : Kantar. Ce tableau contient des arrondis.

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

Les chaînes gratuites continuent leur progression dans le paysage audiovisuel français. Les investissements des annonceurs y sont multipliés par 3,9 en dix ans.

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

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	ÉVOLUTION EN %
LCI *	27,9	25,6	31,2	18,6	11,7	9,9	37,8	81,4	75,4	-7,4 %
C8 **	186,6	254,2	259,1	298,7	445,6	454,8	612,2	725,2	755,1	4,1 %
NRJ12	210,7	320	355,2	344,8	359,8	386,9	401,1	378,7	390,8	3,2 %
TFX	157,4	220,3	284,3	295,5	320,5	338,6	363,9	471,6	471,2	-0,1 %
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	6,3	-81,9 %
FRANCE Ô	1,2	1,3	1,2	1,3	1,5	1,6	2,9	4,7	5,2	10,6 %
CNEWS	219,9	321,5	313,8	300,9	342,7	357,4	214	132,3	122,9	-7,1 %
TMC	317,6	374,4	437,1	434,7	437	453,8	488,8	635,0	706,9	11,3 %
VIRGIN 17	79,2									
GULLI	150,2	191,5	200,2	187,9	202	214,6	216,9	171,5	190,4	11,0 %
BFM TV	162,9	222,1	295,6	335,8	370,3	344,9	395,8	471,9	431,9	-8,5 %
CSTAR	33,9	120,8	126,2	189,9	328,1	278,6	209,3	226,1	245,2	8,4 %
CHERIE 25			1,9	31,9	36,2	75,2	108	145,1	179,7	23,8 %
TF1 SERIES FILMS			3,2	103,1	132,9	172,6	176	261,3	331,8	27,0 %
6TER			1,0	43,4						
RMC DECOUVERTE			1,8	50,7	99,1	167,5	235,8	300,3	298,2	-0,7 %
LA CHAÎNE L'EQUIPE			1,5	39,3	67,9	109,7	139,9	165,5	194,8	17,7 %
RMC STORY			1,1	25,8	49,9	84,7	72,4	105,1	152,7	45,3 %
W9 6TER PUISSANCE TNT ***					547,9	560,3	640,1	721,8	757,5	4,9 %
TOTAL	1 902,3	2 431,8	2 767,0	3 178,3	3 771,2	4 029,8	4 337,7	5 032,4	5 316,0	5,6 %

Source : Kantar.

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

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

*** 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.

L'Alimentation reste en tête des secteurs annonceurs des nouvelles chaînes gratuites, malgré une baisse de 17,9 M€ en un an. Les deux autres secteurs à connaître une faible baisse de ses investissements publicitaires bruts entre 2017 et 2018 sont le secteur Culture & loisirs (-9,8 M€) et le secteur Télécommunications (-1,7 M€).

CLASSEMENT DES 10 PREMIERS SECTEURS ANNONCEURS SUR LES CHAÎNES GRATUITES HORS HISTORIQUES EN 2017 ET 2018 (en M€, hors parrainage)

	2017	2018	RAPPEL CLASSEMENT 2017	ÉVOLUTION EN %
Alimentation	771,9	754,0	1	-2,3 %
Automobile-Transport	635,2	671,5	2	5,7 %
Hygiène-Beauté	514,2	563,0	3	9,5 %
Distribution	509,8	541,3	4	6,2 %
Tourisme-Restaurant	371,4	427,9	6	15,2 %
Ets financiers-Assurance	378,6	411,8	5	8,8 %
Culture & loisirs	251,3	241,5	7	-3,9 %
Télécommunications	243,2	241,5	8	-0,7 %
Services	190,7	215,9	10	13,2 %
Santé	204,0	206,6	9	1,3 %
TOTAL TOP 10	4 070,3	4 275,0		5,0 %
TOTAL SECTEURS	5 032,4	5 316,0		5,6 %

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

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

En 2018, les annonceurs ont investi 927,9 M€ (données brutes) sur les chaînes payantes.

CLASSEMENT DES 10 PREMIERS SECTEURS ANNONCEURS SUR LES CHÂÎNES PAYANTES HORS HISTORIQUES EN 2017 ET 2018 (en M€, hors parrainage)

CLASSEMENT 2018		2017	2018	RAPPEL CLASSEMENT 2017	ÉVOLUTION EN %
1	Culture & loisirs	146,1	171,5	1	17,4 %
2	Alimentation	102,2	107,7	2	5,4 %
3	Automobile-Transport	77,5	92,5	3	19,4 %
4	Hygiène-Beauté	54,9	70,9	4	29,1 %
5	Tourisme-Restoration	54,3	69,2	5	27,4 %
6	Distribution	49,4	58,7	6	18,8 %
7	Edition	50,3	51,7	7	2,8 %
8	Ets financiers-Assurance	32,9	45,9	9	39,5 %
9	Services	31,2	42,2	10	35,3 %
10	Télécommunications	38,2	35,7	8	-6,5 %
	TOTAL DES 10 PREMIERS SECTEURS	636,9	745,9		17,1 %
	TOTAL SECTEURS	784,6	927,9		18,3 %

Source : Kantar. Ce tableau contient des arrondis.

Le top 10 des secteurs annonceurs est composé des mêmes secteurs qu'en 2017. Comme en 2017, le secteur Culture & loisirs figure en tête (avec une forte hausse de 17,4 % par rapport à 2017), devant l'Alimentation (+5,4 % par rapport à 2017) et l'Automobile-Transport (+19,4 % par rapport à 2017).

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

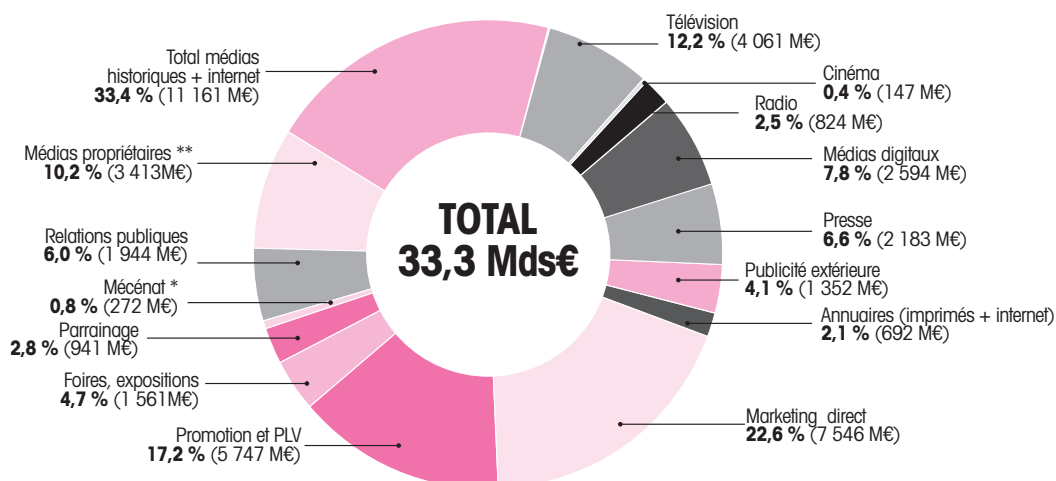
CLASSEMENT 2018		2017	2018	RAPPEL CLASSEMENT 2017	ÉVOLUTION EN %
1	TÉVA	70,9	81,4	1	+14,8 %
2	BEIN SPORTS 1	44,1	62,2	6	+41,0 %
3	GAME ONE	67,2	60,7	2	-9,7 %
4	PARIS PREMIÈRE	47,5	52,9	4	+11,4 %
5	NICKELODEON JUNIOR	39,0	48,9	8	+25,4 %
6	RTL 9 CÂBLE SATELLITE	51,9	47,2	3	-9,1 %
7	TV BREIZH	33,1	44,3	9	+33,8 %
8	MTV FRANCE	45,7	40,3	5	-11,8 %
9	DISNEY CHANNEL	40,6	35,4	7	-12,8 %
10	NRJ HITS	27,5	35,0	10	+27,3 %
11	NICKELODEON	17,5	33,0	11	+88,6 %
12	SÉRIE CLUB	16,3	18,4	13	+12,9 %
13	BOOMERANG	14,2	17,0	15	+19,7 %
14	EUROSPORT	10,0	16,9	24	+69,0 %
15	BET	14,5	16,5	14	+13,8 %
16	PARAMOUNT CHANNEL	13,0	16,0	20	+23,1 %
17	MTV HITS	10,0	13,5	25	+35,0 %
18	INFO SPORT+	10,9	13,3	22	+22,0 %
19	BEIN SPORTS 2	13,2	13,1	19	-0,8 %
20	DISNEY JUNIOR	14,0	12,0	16	-14,3 %
21	RMC SPORT 1	4,5	12,0	37	+166,7 %
22	SYFY UNIVERSAL	16,5	11,9	12	-27,9 %
23	13 ^{ÈME} RUE	13,7	11,7	17	-14,6 %
24	NICKELODEON TEEN	13,5	11,1	18	-17,8 %
25	J-ONE	10,1	11,1	23	+9,9 %
26	CANAL J	8,5	11,1	26	+30,6 %
27	BFM BUSINESS TV	12,0	10,5	21	-12,5 %
28	EUROSPORT 2	7,1	9,7	29	+36,6 %
29	CARTOON NETWORK	8,1	9,3	28	+14,8 %
30	COMÉDIE+	4,8	8,5	35	+77,1 %
31	NATIONAL GEOGRAPHIC CH.		8,4		
32	DISCOVERY CHANNEL FRANCE		7,9		
33	BEIN SPORTS 3	8,5	7,7	27	-9,4 %
34	PLANÈTE+ CRIME INVESTIGATION		7,1		
35	TÉLÉTOON+	5,7	6,4	31	+12,3 %
36	TLJI	5,1	6,2	34	+21,6 %
37	PLANÈTE+	3,7	6,0	40	+62,2 %
38	DISCOVERY INVESTIGATION		5,8		
39	MCM	5,2	5,7	33	+9,6 %
40	CANAL+ SPORT	5,4	5,4	32	+0,0 %
41	PIWI+	6,4	5,3	30	-17,2 %
42	BOING TV	4,8	5,0	36	+4,2 %
43	E ENTERTAINMENT	4,2	4,5	38	+7,1 %
44	CANAL+ DÉCALÉ	4,2	3,5	39	-16,7 %
	TOTAL DES 40 PREMIÈRES CHÂÎNES	753,1	851,5		+13,1 %
	TOTAL CHÂÎNES PAYANTES	784,6	929,2		+18,4 %

Source : Kantar. 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. Par ailleurs, les chaînes en Italie correspondent aux chaînes non conventionnées en France.

2. LES DÉPENSES ET RECETTES PUBLICITAIRES NETTES EN 2017 ET 2018

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

DÉPENSES EN COMMUNICATION NETTES EN 2018



Source : France Pub.

* Hors fondations.

** Part imputée au budget communication des investissements suivants :

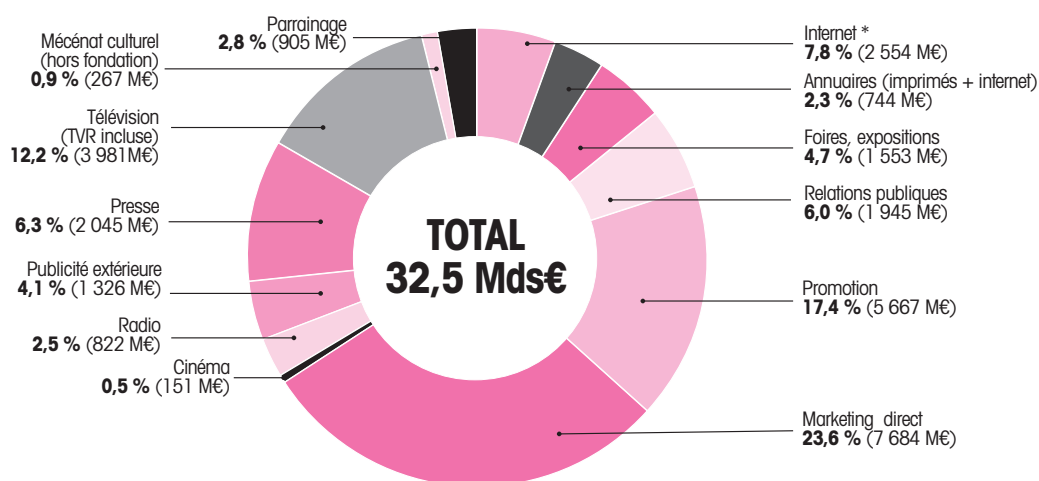
- la création de sites et d'applications ;

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

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

Pour mémoire, en 2017, les annonceurs avaient dépensé 32,57 Mds€ en communication, dont 12,2 % étaient consacrés à la télévision, soit 3,981 Mds€.

DÉPENSES EN COMMUNICATION NETTES EN 2017



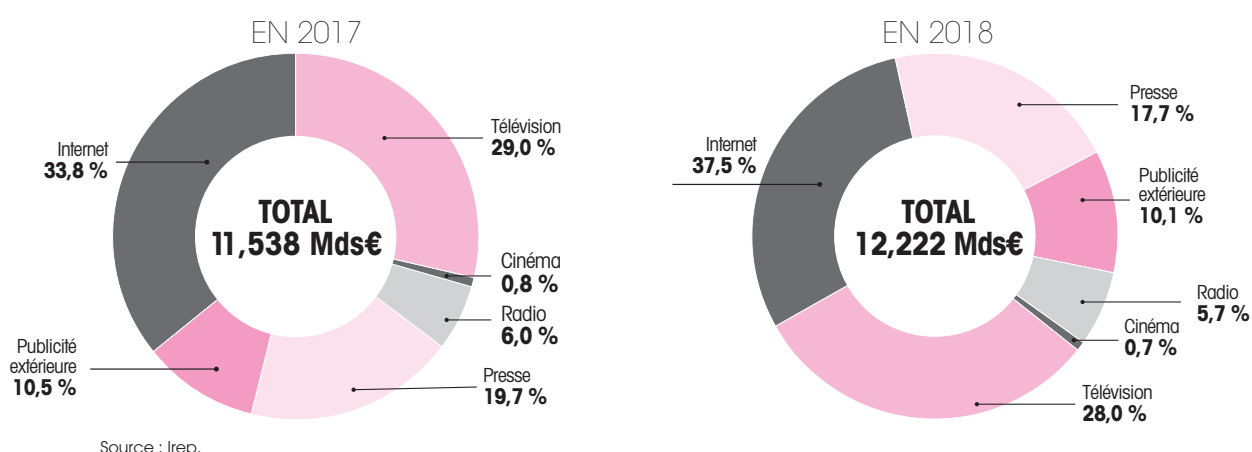
Source : France Pub.

* 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 2018, les dépenses en communication des annonceurs augmentent de 2,3 % par rapport à l'année précédente. Les dépenses publicitaires dans les grands médias (télévision, cinéma, radio, presse, affichage, internet) augmentent de 2,7 % par rapport à 2017, pour un total de 11,1 Mds€ en 2018.

Les dépenses hors médias (annuaire, marketing direct, promotion, salons et foires, parrainages, mécénat culturel - hors fondations -, relation publiques et hors « médias propriétaires ») restent stable par rapport à 2017, pour un total de 18,7 Mds€ en 2018.

RECETTES PUBLICITAIRES NETTES DES MÉDIAS



Source : Irep.

La part du marché de la télévision dans les recettes publicitaires nettes en 2018 est de 28,0 %, soit 3,4 Mds€. Elle baisse de 0,9 point par rapport à 2017 (29,0 %).

Les recettes publicitaires en télévision ont augmenté de 2,4 % en 2018 par rapport à 2017.

ÉVOLUTION ANNUELLE DES RECETTES PUBLICITAIRES NETTES DES MÉDIAS (en %)

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

Source : Irep, excepté * Chiffres SRI.

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

REMARQUES MÉTHODOLOGIQUES

Pour la première année, les données relatives à l'emploi couvrent le même périmètre que les autres chapitres de ce guide, le champ des éditeurs de services de télévision ayant une diffusion nationale.

Trois périmètres sont distingués : les 7 chaînes dites « historiques » (TF1, les chaînes du groupe France Télévisions ⁽³⁵⁾, Canal+, M6 et ARTE), les 17 chaînes de la TNT créées en 2005 et 2012 (6ter, BFM TV, Chérie 25, C8, C17, CNews, Gulli, LCP AN, La Chaîne L'Equipe, Public Sénat, NRJ 12, RMC Découverte, RMC Story, TF1 Séries Films, TFX, TMC et W9) et 70 chaînes diffusées par câble, satellite, ADSL ou fibre optique ⁽³⁶⁾.

Les données relatives à l'emploi dans le champ de la télédiffusion portent sur l'année 2017 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 ⁽³⁷⁾.

Tous les intermittents et tous les pigistes sont obligatoirement déclarés à Audiens pour leur retraite complémentaire.

Ce n'est, en revanche, pas le cas pour l'ensemble du personnel permanent qui peut, dans quelques cas, sur ce périmètre, adhérer à une autre caisse de retraite complémentaire – l'IRCANTEC, par exemple, pour la fonction publique.

Les masses salariales correspondent aux salaires bruts après abattements.

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

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

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

1. PRINCIPALES DONNÉES 2017

Dans l'ensemble des trois périmètres, plus de 40 000 personnes différentes ont été employées en 2017. Parmi elles, 20 900 en CDI ou CDD de droit commun, 16 000 intermittents et 3 400 pigistes.

43 % de femmes composent ces effectifs, 47 % parmi les effectifs en CDI ou CDD de droit commun, 37 % parmi les intermittents et 44 % parmi les pigistes.

Ces emplois représentent 1,2 Mds d'euros de masse salariale brute, dont plus de 1 milliard pour les CDI ou CDD droit commun, 114 millions pour les intermittents et 31 millions pour les pigistes.

41 % de cette masse salariale est imputée aux effectifs féminins, 41 % de la masse salariale CDI/CDD de droit commun, 32 % de celle des intermittents et 46 % parmi les pigistes.

⁽³⁵⁾ A noter qu'il n'est pas possible de distinguer les chaînes du groupe France Télévisions, elles sont donc toutes considérées dans le même périmètre des chaînes « historiques », y compris France 4 et France Ô.

⁽³⁶⁾ Ce périmètre regroupe les chaînes ayant eu de l'activité au moins une fois entre 2011 et 2017. Il est possible que certaines ne fassent plus partie des chiffres affichés car n'ayant plus d'activité sur ces dernières années, et particulièrement sur 2017 : uniquement 45 chaînes apparaissent dans les données en 2017.

⁽³⁷⁾ Avertissement important : depuis 2017, les déclarations des employeurs faites à Audiens ne sont plus les Déclarations Nominatives Annuelles de salaires (DNA) mais les Déclarations Sociales Nominatives mensuelles (DSN). Ce changement de déclarations entraîne des bouleversements au niveau statistique car certains indicateurs sont déclarés de façon différente selon les employeurs. Les données 2017 sont donc à prendre avec la plus grande précaution, et particulièrement en termes d'évolution par rapport à 2016.

PERSONNEL PERMANENT

Les 20 900 personnes employées sous contrat à durée indéterminée ou contrat à durée déterminée « de droit commun » (c'est-à-dire hors intermittents et pigistes) et les masses salariales se répartissent ainsi dans les trois périmètres (chaînes « historiques », chaînes TNT et chaînes diffusées par câble, satellite, ADSL ou fibre optique) :

PERSONNEL PERMANENT PAR CATÉGORIE DE CHÂÎNES ET MASSE SALARIALE

	CDI OU CDD		MASSE SALARIALE BRUTE (EN M€)
	NOMBRE DE PERSONNES	ETP (EQUIVALENT TEMPS PLEIN)	
CHAÎNES « HISTORIQUES »	15 000	12 800	811
CHAÎNES TNT	1 300	960	61
CHAÎNES DU CÂBLE ET DU SATELLITE	4 600	3 200	200
TOTAL	20 900	16 960	1 012

Source : Groupe Audiens

D'un point de vue démographique, les salariés permanents des chaînes « historiques » sont plus âgés en 2017 que dans les autres périmètres : 46 ans en moyenne pour les hommes, 44 pour les femmes (pic d'effectifs autour de 52 ans pour les deux sexes) ; contre respectivement 37 et 35 ans dans les chaînes de la TNT (pics d'effectifs autour de 37 ans pour les hommes et 33 ans pour les femmes), et 38 et 37 ans dans les chaînes du câble et du satellite (pics d'effectifs à 35 ans pour les femmes et 30 ans pour les hommes). Les femmes sont plus jeunes quel que soit le périmètre.

LES PIGISTES ET LES INTERMITTENTS

Les 16 000 intermittents (salariés employés sous « contrat à durée déterminée d'usage ») et les 3 400 pigistes (journalistes rémunérés à la pige), ainsi que les masses salariales correspondantes se répartissent ainsi dans les trois périmètres (chaînes « historiques », chaînes TNT et chaînes diffusées par câble, satellite, ADSL ou fibre optique) :

INTERMITTENTS ET PIGISTES PAR CATÉGORIE DE CHÂÎNES ET MASSE SALARIALE

	INTERMITTENTS		PIGISTES	
	NOMBRE	MASSE SALARIALE BRUTE (EN M€)	NOMBRE	MASSE SALARIALE BRUTE (EN M€)
CHAÎNES « HISTORIQUES »	11 800	83	900	10
CHAÎNES TNT	2 000	10	1 000	5
CHAÎNES DU CÂBLE ET DU SATELLITE	2 200	21	1 500	16
TOTAL	16 000	114	3 400	31

Source : Groupe Audiens.

2. PRINCIPALES ÉVOLUTIONS EN 2017

Les données d'évolution entre 2016 et 2017 sont à prendre avec précaution : certaines données 2017 peuvent ne pas encore avoir été prises en compte et des modifications importantes de périmètres ont eu lieu dans les années récentes.

Pour le personnel permanent (CDI ou CDD de « droit commun ») qui représente 88 % de la masse salariale en 2017 :

- dans les chaînes « historiques », les effectifs ont diminué de 4 % et la masse salariale de 3 % ; la part des femmes dans les effectifs reste constante à 47 % ;
- dans les chaînes de la TNT, les effectifs baissent de 9 % alors que la masse salariale augmente de 5 % ; la part des femmes dans les effectifs augmente de 2 % (de 47 à 49 %) ;
- dans les chaînes du câble et du satellite, les effectifs restent constants, la masse salariale augmentant de 4 % ; la part des femmes dans les effectifs augmente de 1 % de 47 à 48 %).

Pour le personnel intermittent qui représente 9 % de la masse salariale de l'ensemble du secteur en 2017 :

- dans les chaînes « historiques », les effectifs intermittents augmentent de 2 % pour une hausse de 1 % de la masse salariale. Cette masse salariale connaît une tendance globale à la baisse : au-dessus de 94 M€ déclarés en 2011 et 2012, 86 M€ en 2013 et 2014, entre 82 et 83 M€ entre 2015 et 2017.
- dans les chaînes de la TNT, le nombre de personnes différentes déclarées en CDD d'usage connaît une hausse significative de 45 % liée majoritairement aux déclarations de nombreux CDD d'usage par certaines chaînes, sur deux périodes courtes (mars et octobre 2017). Dans le même temps, de gros employeurs d'intermittents du périmètre ont déclaré moins d'intermittents mais surtout de façon notable moins de masse salariale, ce qui entraîne une baisse de la masse salariale intermittents des chaînes de la TNT.

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

En 2017 :

- -23 % d'effectifs pigistes et -13 % de masse salariale dans les chaînes « historiques » (contre respectivement +37 % et +39 % en 2016) ;
- +12 % d'effectifs pigistes et +1 % de masse salariale dans les chaînes de la TNT (contre respectivement -8 % et -12 % en 2016) ;
- +5 % d'effectifs pigistes et +6 % de masse salariale dans les chaînes du câble et du satellite (contre respectivement +11 % et +16 % en 2016).

En 2015, dans les chaînes « historiques », 36 % des pigistes étaient des femmes contre 39 % en 2017. La part de femmes parmi les pigistes des chaînes de la TNT diminue entre 2015 et 2017 : 44 % en 2015, 42 % en 2017. Elle augmente dans les chaînes du câble et du satellite : 46 % en 2015, 48 % en 2017.

1- UNE CONVENTION COLLECTIVE DE LA TÉLÉDIFFUSION

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

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

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

2- LA RÉFORME DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE CONTINUE

La loi n° 2018-771 du 5 septembre 2018 pour la liberté de choisir son avenir professionnel modifie en profondeur l'organisation de la formation professionnelle continue.

Ses objectifs sont de rendre davantage l'individu acteur de sa formation en mettant l'accent sur la qualification, c'est-à-dire sur la certification et en lui donnant accès à davantage de modularité dans les parcours de formation.

La loi réforme également le compte personnel de formation (CPF) qui sera alimenté non plus en heures, mais en euros.

Elle s'accompagne d'une simplification des procédures pour les entreprises, la collecte des cotisations à la formation étant désormais assurée par les URSSAF, et pour les salariés qui auront un accès direct à la formation. La priorité est donnée aux premiers niveaux de qualification et à la formation en alternance ou en situation de travail.

Un unique opérateur national est créé, France Compétences, regroupant les missions assurées précédemment par plusieurs organismes : répartition des financements, régulation de la qualité des formations, règles de prise en charge des formations et certifications.

L'AFDAS qui était l'organisme collecteur des fonds de la formation et de financement des différents dispositifs du secteur de l'audiovisuel est appelé à se transformer en OPCO (Opérateur de Compétences) Culture et Médias, dont les missions seront le financement de la formation pour les entreprises de moins de 50 salariés, le financement de l'alternance et l'appui technique aux branches du secteur pour l'observation de l'emploi, la certification et la gestion prévisionnelle de l'emploi et des compétences (GPEC).

CADRE JURIDIQUE : ACTUALITÉ LÉGISLATIVE EN 2018

Au cours de l'année 2018, le cadre juridique applicable aux chaînes numériques s'est enrichi de l'adoption de la directive modifiant la directive relative aux services de médias audiovisuels du 14 novembre 2018 et par le vote de la loi du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information.

1. LA DIRECTIVE DU 14 NOVEMBRE 2018 MODIFIANT LA DIRECTIVE RELATIVE AUX SERVICES DE MEDIAS AUDIOVISUELS

La nouvelle directive comporte, parmi d'autres, trois modifications particulièrement importantes :

- les services de vidéo à la demande sont désormais tenus de proposer au moins 30 % d'œuvres européennes au sein de leur catalogue ;
- elle donne aux États membres la possibilité d'imposer des obligations financières aux fournisseurs de services de médias (télévision et services de médias audiovisuels à la demande) établis dans un autre État membre qui ciblent leurs territoires ;
- enfin, le champ de la régulation audiovisuelle est étendu aux plateformes de partage de vidéos. Celles-ci devront mettre en place les « mesures appropriées » énumérées par la directive en vue de lutter contre les contenus haineux et de protéger les mineurs (ex : adaptation des conditions générales d'utilisation, mise en place de mécanismes d'avertissement, de classification et de signalement, ou encore dispositifs de contrôle parental et de vérification de l'âge de l'utilisateur, etc). Elles devront également respecter les règles applicables au contenu des communications commerciales des médias audiovisuels.

La nouvelle directive comporte de nombreuses autres modifications, plus techniques :

- harmonisation des dispositions relatives à la protection des mineurs et renforcement de la protection du public en général contre l'incitation à la haine ;
- modification des régimes des communications commerciales audiovisuelles (publicité, parrainage et placement de produits) : assouplissement des règles quantitatives, renforcement des règles déontologiques ;
- consécration du rôle des instances de régulation ;
- modifications techniques relatives aux procédures d'entrave, anti-contournement et détermination de la loi applicable aux éditeurs de services ;
- renforcement des dispositifs d'accessibilité des personnes handicapées aux programmes ;
- transparence des éditeurs vis-à-vis du public ;
- protection de l'intégrité du signal des éditeurs à l'encontre des tiers.

L'ensemble de ces nouvelles dispositions n'implique pas nécessairement de modification de la réglementation française, déjà très complète.

Les modifications apportées par la nouvelle directive nécessitant une transposition en droit français, avant septembre 2020, appellent soit des précisions de nature purement législative, soit un double niveau de transposition : une modification préalable de la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, puis des précisions réglementaires.

2. LA LOI N° 2018-1202 DU 22 DECEMBRE 2018 RELATIVE À LA LUTTE CONTRE LA MANIPULATION DE L'INFORMATION

L'actualité électorale récente ayant démontré l'existence de campagnes massives de diffusion de fausses informations destinées à modifier le cours normal du processus électoral par l'intermédiaire des services de communication en ligne, le législateur a souhaité renforcer les outils permettant de lutter contre la manipulation de l'information, notamment en période électorale (élections présidentielles, législatives, sénatoriales, européennes et référendum).

Une proposition de loi de M. Richard Ferrand et des membres du groupe La République en Marche a donc été déposée en ce sens le 21 mars 2018 à l'Assemblée nationale.

La loi n° 2018-1202 du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information comporte plusieurs dispositions modifiant la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication et conférant de nouveaux pouvoirs au Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA).

L'article 5 complète le I de l'article 33-1 de la loi du 30 septembre 1986 précitée afin de permettre au CSA de refuser de conclure une convention pour la diffusion d'un service de radio ou de télévision n'utilisant pas des fréquences assignées par le Conseil (câble, satellite, ADSL, fibre, etc) si la diffusion de ce service comporte un risque grave d'atteinte à la dignité de la personne humaine, à la liberté et à la propriété d'autrui, au caractère pluraliste de l'expression des courants de pensée et d'opinion, à la protection de l'enfance et de l'adolescence, à la sauvegarde de l'ordre public, aux besoins de la défense nationale ou aux intérêts fondamentaux de la Nation, dont le fonctionnement régulier de ses institutions. Il en est de même lorsque la diffusion dudit service, eu égard à sa nature même, constituerait une violation des lois en vigueur.

L'article 5 ajoute un dernier alinéa au paragraphe I de l'article 33-1 de la loi du 30 septembre 1986 permettant au CSA, pour apprécier la demande de conventionnement, de tenir compte des contenus que le demandeur, ses filiales, la personne morale qui le contrôle ou les filiales de celle-ci éditent sur d'autres services de communication au public par voie électronique, lorsque la conclusion de la convention est sollicitée par une personne morale contrôlée par un État étranger, au sens de l'article L. 233-3 du code de commerce, ou placée sous l'influence de cet État.

Afin de saisir la grande diversité des situations qui peuvent se présenter, le dispositif vise non seulement les chaînes contrôlées au sens du code de commerce, mais également celles qui sont « sous l'influence » d'un État étranger, notion beaucoup plus large qui devrait être appréciée à l'aide d'un faisceau d'indices. Pour ces chaînes, il autorise le régulateur à prendre en compte les agissements de l'ensemble des sociétés liées à la société éditrice de la chaîne et les contenus édités sur tous les services de communication au public par voie électronique (notamment les réseaux sociaux ou les sites de presse en ligne) afin de lui permettre de saisir l'ensemble des stratégies qui pourraient être mises en place par certains États.

L'article 6 insère un nouvel article 33-1-1 dans la loi du 30 septembre 1986. Cet article attribue au CSA le pouvoir de suspendre la diffusion d'un service de radio ou de télévision ayant fait l'objet d'une convention, pour une diffusion par les réseaux n'utilisant pas des fréquences assignées par le CSA, conclue avec une personne morale contrôlée au sens de l'article L. 233-3 du code de commerce par un État étranger ou placée sous l'influence de cet État. Ce pouvoir de suspension peut être mis en œuvre en période électorale en cas de diffusion délibérée par le service de fausses informations de nature à altérer la sincérité du scrutin.

L'article 8 rétablit un article 42-6 dans la loi du 30 septembre 1986 conférant au CSA un nouveau pouvoir de sanction consistant en la résiliation unilatérale de la convention conclue pour la diffusion d'un service de radio ou de télévision par les réseaux n'utilisant pas des fréquences assignées par le CSA, lorsque la convention a été conclue avec une personne morale contrôlée par un État étranger, ou placée sous l'influence de cet État, et que le service de radio ou de télévision porte atteinte aux intérêts fondamentaux de la Nation, dont le fonctionnement régulier de ses institutions, notamment par la diffusion de fausses informations. Pour apprécier cette atteinte, le CSA peut tenir compte des contenus édités, sur d'autres services de communication au public par voie électronique, par la société avec laquelle il a conclu la convention, par ses filiales, par la personne morale qui la contrôle ou par les filiales de celle-ci, sans toutefois pouvoir fonder sa décision sur ces seuls éléments.

L'article 10 insère un deuxième alinéa dans l'article 42-10 de la loi du 30 septembre 1986 permettant au président du CSA de saisir le juge afin qu'il ordonne la cessation de la diffusion ou de la distribution, par un opérateur de réseaux satellitaires ou un distributeur de services, d'un service de communication audiovisuelle relevant de la compétence de la France et contrôlé par un État étranger, ou placé sous son influence, si ce service porte atteinte aux intérêts fondamentaux de la Nation (dont le fonctionnement régulier de ses institutions, notamment par la diffusion de fausses informations). Ces dispositions précisent que, pour apprécier cette atteinte, le juge peut tenir compte des contenus édités, sur d'autres services de communication au public par voie électronique, par l'éditeur du service en cause, ses filiales, la personne morale qui le contrôle ou les filiales de cette dernière.

La loi du 22 décembre 2018 relative à la lutte contre la manipulation de l'information comporte également des dispositions concernant les opérateurs de plateforme en ligne au sens de l'article L. 111-7 du code de la consommation (réseaux sociaux, moteurs de recherche, plateformes de partage de contenus, portails d'information, etc.) dont l'activité dépasse un seuil déterminé de nombre de connexions sur le territoire français.

L'article 11 met à leur charge des mesures en vue de lutter contre la diffusion de fausses informations susceptibles de troubler l'ordre public ou d'altérer la sincérité du scrutin. Ils doivent mettre en place un dispositif permettant à leurs usagers de signaler de telles informations. Ils doivent également mettre en œuvre des mesures complémentaires pouvant notamment porter sur la transparence des algorithmes ou la lutte contre les comptes propageant massivement de fausses informations.

L'article 12 confie au CSA une mission de lutte contre la diffusion de fausses informations susceptibles de troubler l'ordre public ou de porter atteinte à la sincérité du scrutin. En cas de nécessité, le CSA adresse, à ce titre, aux opérateurs de plateforme en ligne des recommandations visant à améliorer la lutte contre la diffusion de telles informations. Le CSA s'assure également du suivi de l'obligation, pour les opérateurs de plateforme en ligne, de prendre les mesures prévues à l'article 11. Enfin, le Conseil publie un bilan périodique de leur application et de leur effectivité.

Afin d'être en mesure de contrecarrer d'éventuelles opérations de déstabilisation qui pourraient survenir en périodes électorales, la loi du 22 décembre 2018 prévoit également en son article 1^{er} :

- en amont, d'imposer aux plateformes des obligations de transparence renforcées en vue de permettre, d'une part, aux autorités publiques de détecter d'éventuelles campagnes de déstabilisation des institutions par la diffusion de fausses informations et, d'autre part, aux internautes de connaître notamment l'annonceur des contenus sponsorisés ;
- en aval, de permettre que soit rendue une décision judiciaire à bref délai visant à faire cesser leur diffusion.

Enfin la loi du 22 décembre 2018 comporte des dispositions relatives à l'éducation aux médias et à l'information.

ANNEXES

ANNEXE 1

L'ORIGINE DES FILMS DISPONIBLES DANS LES CATALOGUES DE VÀD EN EUROPE

L'étude « *The Origin of films in Vod catalogues* » de l'Observatoire européen de l'audiovisuel (OEA) publiée en août 2018 propose un état des lieux de l'origine des films disponibles dans les catalogues de VàD par abonnement (VàDA) et de VàD transactionnelle (TVOD) en Europe. Au total, 74 catalogues ont été analysés représentant 13 services et leurs déclinaisons. L'étude couvre pour la première fois les services de TVOD paneuropéens afin d'établir dans quelle mesure ces derniers contribuent à la circulation des films :

- quatre services de TVOD paneuropéens représentant 47 catalogues ont été examinés : Apple iTunes dans 25 pays ; Film & TV series de Microsoft dans 12 pays ; Chili TV dans 5 pays ; et Rakuten TV dans 5 pays.
- neuf services de VàDA représentant 37 catalogues : Netflix dans 27 pays ; CMore dans 3 pays ; CanalPlay en France ; Flimmit SVOD en Autriche ; HBO en Bulgarie ; Horizon Go en République tchèque ; Sky NOW au Royaume-Uni ; TIM Vision en Italie ; et Horizon/UPC Prime en Pologne.

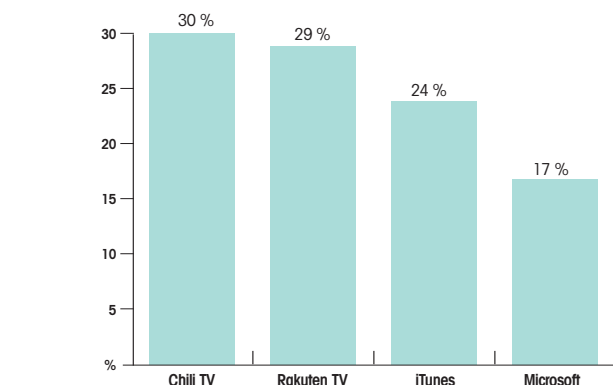
1. DES SERVICES DE TVOD DONT LA PART DE FILMS EUROPÉENS VARIE DE 17 % À 30 %

La taille des 47 catalogues proposés par les quatre services paneuropéens de TVOD varie fortement selon les cas, une fourchette allant de 500 films à plus de 15 000 films.

Elle varie également sensiblement d'un pays à l'autre pour un même service : iTunes propose par exemple 10 821 films en Irlande, contre seulement 3 761 films au Portugal tandis que Microsoft propose 3 626 films en France contre 516 aux Pays-Bas.

Ces services offrent tous une part de films américains supérieure ou égale à 55 %. La part de films européens proposés par les quatre services se situe dans une fourchette entre 17 % (Microsoft) et 30 % (Chili TV). Elle peut varier fortement entre les différents catalogues d'un même service : 15 % au Portugal contre 38 % en France pour iTunes ; 13 % au Royaume-Uni contre 41 % en Pologne pour Chili TV.

PART MOYENNE DE FILMS EUROPÉENS * DANS LES CATALOGUES DE SERVICES DE TVOD (%)



Source : Observatoire européen de l'audiovisuel.
* Incluant les films nationaux.

Le ratio de films nationaux parmi les films européens montre que Chili TV et Rakuten TV adaptent leurs catalogues à chaque marché national. Sur l'ensemble des services de Chili TV, 44,5 % des films nationaux sont disponibles uniquement dans le catalogue national (51 % pour Rakuten TV, 44 % pour Microsoft et 20 % pour iTunes).

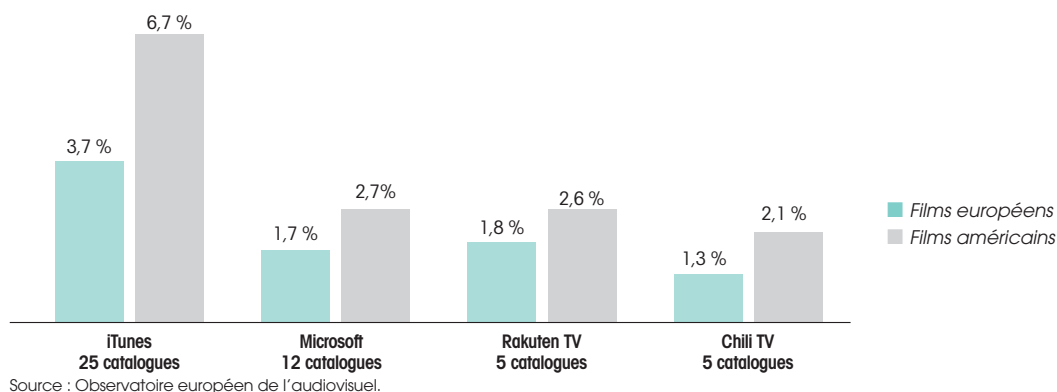
Les services couvrant un grand nombre de pays parviennent à atteindre une certaine part de films européens en incluant les films d'un pays européen donné dans plusieurs catalogues, ce qui augmente de facto le taux de circulation de films européens non nationaux.

L'étude relève que les catalogues disponibles dans les cinq plus grands pays européens (Allemagne, Espagne, France, Grande-Bretagne, Italie) proposent une part plus élevée de films nationaux. Les déclinaisons de ces services recourent davantage aux productions nationales dans les pays dotés d'une industrie cinématographique bien développée, tandis que ceux des plus petits pays comptent davantage sur les importations pour leur consommation de films européens, à l'exception notable du Danemark et des Pays-Bas.

2. UNE CIRCULATION DES FILMS EUROPÉENS LIMITÉE ENTRE SERVICES DE TVOD PANEUROPÉENS

Les titres de films européens sont ceux qui circulent le moins entre les catalogues des quatre fournisseurs de TVOD : 3,7 catalogues nationaux en moyenne détiennent les mêmes titres de films européens pour les services de iTunes (sur un total de 25 catalogues), 1,7 catalogue en moyenne pour les services de Microsoft (12 catalogues), 1,8 catalogue en moyenne pour Rakuten TV (cinq catalogues) et 1,3 catalogue en moyenne chez Chili TV (cinq catalogues). Les films américains circulent mieux : 6,7 catalogues en moyenne détiennent les mêmes titres pour les services de iTunes, 2,7 catalogues pour les services de Microsoft, 2,6 catalogues pour les services de Rakuten TV et 2,1 catalogues pour les services de Chili TV.

CIRCULATION MOYENNE DE TITRES DE FILMS DANS LES CATALOGUES NATIONAUX DES SERVICES DE TVOD



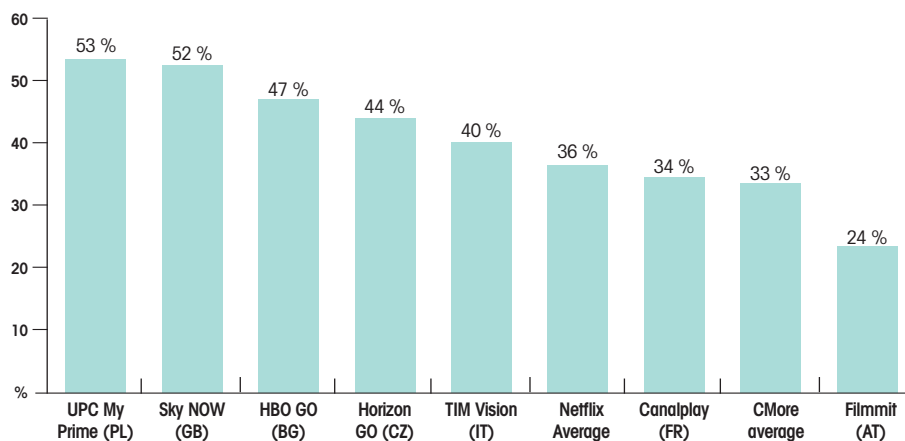
3. LES FILMS EUROPÉENS REPRÉSENTENT 20 % EN MOYENNE DES CATALOGUES DE SERVICES DE VàDA

Comme pour les services de TVOD, la taille des catalogues de films varie fortement selon les acteurs allant de moins de 200 films (Horizon Pologne) à plus de 1 880 films (Flimmit). Elle varie également sensiblement d'un pays à l'autre pour un même service : Netflix propose par exemple 3 228 films au Royaume-Uni, contre seulement 1 236 films en Grèce. Les catalogues de CMore sont plus petits par la taille mais plus homogènes d'un pays à l'autre (587 films en Finlande contre 747 films en Suède).

En moyenne, les films européens représentent 20 % des catalogues des services de VàDA étudiés. Ils représentent ainsi 15 % pour Sky NOW et 17 % pour Netflix, mais 53 % pour CMore, 48 % pour CanalPlay ou 84 % pour Flimmit. Parmi les films européens, les films nationaux ne représentent en moyenne que 15 % contre 85 % des films européens non nationaux. S'agissant du poids des films nationaux dans les différents services, il est de 12 % pour Netflix, 30 % pour CMore, 67 % pour CanalPlay et 59 % pour Flimmit.

L'étude relève que les films européens non nationaux disponibles dans les catalogues VàDA sont souvent des coproductions. Alors que les coproductions représentent 22 % de la production cinématographique européenne, elles représentent entre 24 % (Flimmit) et 53 % (Horizon - UPC Prime) des films européens non nationaux disponibles sur ces services.

PART DES COPRODUCTIONS EUROPÉENNES NON NATIONALES SUR L'ENSEMBLE DES SERVICES DE VàDA (%)



ANNEXE 2

OBSERVATOIRE DE LA VàD : LA CROISSANCE DU MARCHÉ

Le CNC a mis en place un Observatoire de la Vidéo à la demande (VàD) il y a 11 ans intégrant le paiement à l'acte (location et achat) et l'abonnement (VàDA). Chaque année, cet observatoire dresse une analyse complète de l'évolution de l'offre des plateformes de vidéo à la demande. Il présente également l'évolution de la consommation de la vidéo transactionnelle et de la vidéo à la demande par abonnement et analyse l'évolution des usages des consommateurs.

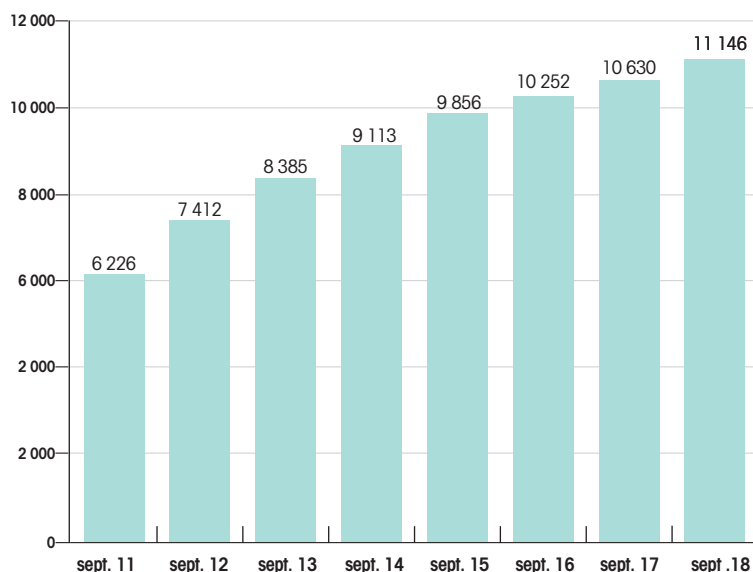
1. UNE FORTE CROISSANCE DU MARCHÉ DE +38 % EN 2018

Depuis deux ans, la vidéo à la demande connaît une forte croissance (+24,5 % de janvier à septembre 2017 et +38 % en 2018 sur la même période), particulièrement la vidéo à la demande par abonnement. Cette dynamique du digital va faire progresser l'ensemble du marché de la vidéo (physique + digital).

2. PLUS DE 17 000 FILMS DISPONIBLES EN VIDÉO À LA DEMANDE LOCATIVE

L'offre de films en vidéo à la demande locative continue de s'enrichir. Le CNC dénombre avec son outil de référencement plus de 17 000 films disponibles en vidéo à la demande sur les plateformes de VàD transactionnelles établies en France en septembre 2018 dont un peu plus de 11 000 références actives (+4 % en un an).

NOMBRE DE FILMS ACTIFS *



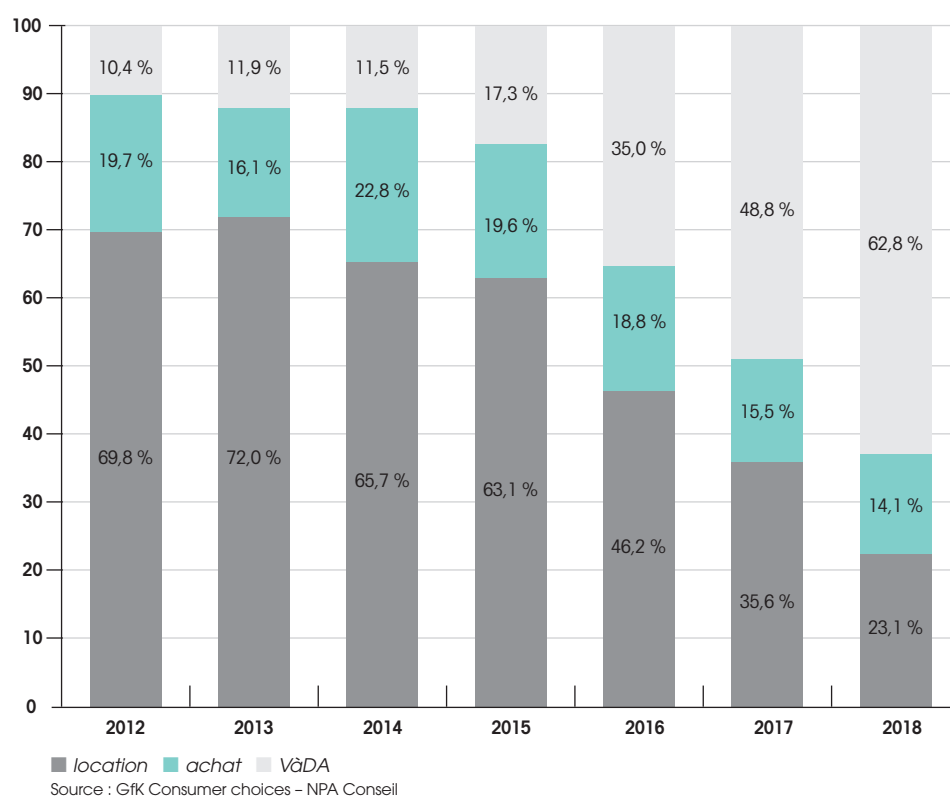
* Film actif : film consommé au moins une fois sur la période.
Source : GfK Consumer choices - NPA Conseil

Sur les plateformes de VàD locative pour les 9 premiers mois de l'année 2018, les films français réalisent une part de marché de 36 % en recettes, les films américains 56 %, les autres films 8 % selon les données de GfK-NPA Conseil.

3. LE MARCHÉ DE LA VàD S'ÉLÈVE À 431 M€ SUR JANVIER-SEPTEMBRE 2018

Le chiffre d'affaires total de la VàD payante en France sur janvier-septembre 2018 (paiement à l'acte + abonnements) connaît une forte croissance. Le marché de la VàD est dynamisé principalement par le développement de la vidéo à la demande par abonnement VàDA (+60 % à 271 M€ sur janvier-septembre 2018), devant la location (-20 % à 99 M€) et la vente (+13 % à 61 M€). Sur les 9 premiers mois de l'année 2018, le marché de la location ne représente plus que 23 % du marché de la VàD, la VàDA 63 % et la vente 14 %.

STRUCTURE DU MARCHÉ DE LA V&D EN VALEUR SUR JANVIER-SEPTEMBRE 2018



L'ACCeS

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

OBJET :

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

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

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

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

ORGANISATION :

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

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

Julien BERGEAUD, Senior Vice-Président, DG France, Discovery

Thierry CAMMAS, Président, Game One, J-One

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

Caroline COCHAUX, Directrice déléguée des chaînes TV de Lagardère Active

Pascaline GINESTE, Directrice des affaires réglementaires, Groupe Canal+

Léonor GRANDSIRE, Présidente de NBCUniversal International Networks France

Caroline GUENNETEAU, Directrice juridique, beIN SPORTS

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

CHAÎNES MEMBRES EN 2019 :

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

NRJ HITS

OCS CITY

OCS MAX

PIWI+

PLANÈTE+

PLANÈTE+ AE

PLANÈTE+ CI

RMC SPORT

SEASONS

TÉLÉTOON+

TIJI

TRACE URBAN

TV5 MONDE

VOYAGE

Contact : Muriel GUIDONI-DEREGNAUCOURT, Déléguée générale

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

FICHES CHAÎNES

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

Les données présentées ci-après ont été renseignées par les chaînes sous leur responsabilité entre novembre 2018 et janvier 2019 et sont donc susceptibles d'évoluer au cours de l'année 2019. 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	
BEIN REGIE 53-55, avenue Emile Zola 92 100 Boulogne-Billancourt Tel : 01 58 17 85 00	beIN SPORTS 1,2,3 beIN SPORTS MAX 4,5,6,7,8,9,10	
CANAL+ 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+ Clique TV CNews Comédie+ CStar Golf+ Infosport+ Museum Non Stop People Piwi+ Planète+ Planète+ Aventure & Expérience Planète+ Crime Investigation RTL9 Télétoon+	
DISNEY MEDIA+ 25, quai Panhard et Levassor 75 013 Paris Tel : 01 73 26 50 50	Disney Channel Disney Cinéma 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, av. 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 National Geographic National Geographic Wild Syfy TV5 Monde Vivolta Voyage	
HORYZON MEDIA 738, rue Yves Kermen 92 100 Boulogne-Billancourt Tel : 01 41 31 61 50	Men's Up	
KTO RÉGIE PUBLICITAIRE 13, rue du 19 mars 1962 92 240 Malakoff 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 Gulli La Chaîne du Père Noël MCM / MCM Top Mezzo OL TV (Lagardère Sport) RFM TV 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 M6 M6 Boutique M6 Music Paris Première Série Club Téva W9	
NEXT RÉGIE 2, rue du Général Alain de Boissieu 75 015 Paris Tel : 01 87 25 50 00	BFM Business BFM TV RMC Découverte RMC Sport 1,2,3 RMC Sport News RMC Story	
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 Action Animaux Automoto La Chaîne Chasse et pêche Ciné FX Crime District Mangas Science et Vie TV Toute l'Histoire Trek Ultra Nature	
REMICS & CIE 56, boulevard de la République 92 210 Saint-Cloud Tel : 01 46 02 90 39	Equidia Golf Channel La Chaîne Météo Motorsport.TV	
RTR 305, avenue Le Jour se lève 92 644 Boulogne-Billancourt cedex	Demain !	
SEASONS 5-13, boulevard de la République 92 100 Boulogne-Billancourt Tel : 01 71 35 35 35	Seasons	
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 TFX 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 Comedy Central Game One J-One MTV / MTV Hits / MyMTV Nickelodeon Paramount Channel	

L'INDEX DES CHAÎNES

6ter.....	102	Mangas	167
13 ^{ème} Rue	103	MCM.....	168
AB1	104	MCM Top.....	169
Action	105	Melody	170
Animaux	106	Melody d'Afrique	171
Automoto La Chaîne.....	107	Men's Up	172
Arte	108	Mezzo, Mezzo Live HD	173
BeIN SPORTS 1,2,3	109	Mon Science et Vie Junior	174
Best of Shopping	110	MTV, MTV Hits, MyMTV.....	175
Bet.....	111	Museum.....	176
BFM Business.....	112	My Zen TV	177
BFM TV	113	National Geographic	178
Boing.....	114	National Geographic Wild.....	179
Boomerang.....	115	Nickelodeon (Mon Nickelodeon Junior, Nickelodeon Junior, Nickelodeon Teen).....	180
C8.....	116	Non Stop People	181
Canal J	117	NRJ 12	182
Canal+ (Premium, Cinéma, Sport, Séries, Family, Décalé).....	118	NRJ Hits	183
Cartoon Network	119	OCS (OCS Max, OCS City, OCS Choc, OCS Géants).....	184
Chasse et pêche.....	120	OL TV.....	185
Chérie 25.....	121	Onzéo	186
Ciné+ (Premium, Frisson, Emotion, Famiz, Club, Classic).....	122	Paramount Channel.....	187
Clique TV	123	Paris Première	188
CNews	124	Piwi+.....	189
Comédie+.....	125	Planète+	190
Comedy Central	126	Planète+ Aventure & Expérience	191
Crime District.....	127	Planète+ Crime Investigation	192
CStar	128	Public Sénat	193
Demain !.....	129	QVC	194
Discovery Channel.....	130	RFM TV	195
Discovery Family.....	131	RMC Découverte	196
Discovery Investigation.....	132	RMC Sport 1	197
Discovery Science.....	133	RMC Sport 2	198
Disney Channel (Disney Channel+1).....	134	RMC Sport 3	199
Disney Cinéma (Disney Cinéma HD).....	135	RMC Sport News.....	200
Disney Junior.....	136	RMC Story.....	201
Disney XD	137	RTL9	202
E! Entertainment	138	Science & Vie TV	203
Elle Girl	139	Seasons.....	204
Equidia.....	140	Série Club.....	205
Euronews	141	Syfy.....	206
Eurosport 1	142	TCM Cinéma.....	207
Eurosport 2	143	Télétoon+	208
France 2	144	Téva	209
France 3	145	TF1	210
France 4	146	TF1 Séries Films.....	211
France 5	147	TFX	212
France 24	148	Tiji.....	213
Franceinfo:.....	149	TMC.....	214
France Ô	150	Toonami.....	215
Game One.....	151	Toute l'histoire	216
Golf Channel	152	Trace Africa	217
Golf+	153	Trace Gospel	218
Gulli	154	Trace Toca	219
Histoire	155	Trace Tropical	220
Infosport+	156	Trace Urban	221
J-One	157	Trek.....	222
KTO.....	158	TV5 Monde.....	223
La Chaîne du Père Noël.....	159	TV Breizh.....	224
La Chaîne L'Équipe	160	Ultra Nature.....	225
La Chaîne Météo	161	Ushuaia TV.....	226
LCI.....	162	Virgin Radio TV.....	227
LCP-Assemblée nationale.....	163	Voyage.....	228
M6	164	W9	229
M6 Boutique.....	165		
M6 Music	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	<i>Norbert commis d'office ; Les mamans ; Familles extraordinaires ; Vous avez un colis ; La trilogie ; cinéma ; séries...</i>	
ACTIONNAIRE(S)	M6	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directrice générale Responsable de la communication Chargées de communication Directrice de la programmation Directeur des productions de flux Responsable de l'antenne Responsable artistique Ressources humaines Responsable communication nouveaux médias	Thomas VALENTIN Jérôme FOUQUERAY Emmanuelle COHEN Caroline TURRO, Carole GUINAND Charlotte GALICE Pierre guillaume LEDAN Karen KABALO Yann OLEJAR SZ Aude NETTO Audrey THIERRY
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL, les PC, tablettes et les mobiles.	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Suisse	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE 6play	TABLETTE et PC 6play
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR 6play	INTERNET www.6play.fr
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK 6ter	TWITTER @6terofficiel
REGIE PUBLICITAIRE	M6 PUBLICITE	Frédérique REFALO frederique.refalo@m6.fr 01 41 92 26 48

13^{ème} RUE

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



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

Convention CSA : oui

Lancement de la chaîne : 13/11/1997

Effectif : 35

Forme juridique : S.A.S.

Capital : 225 000 €

THEMATIQUE	Fiction		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMES PHARES	La chaîne du thriller et des grandes séries policières : <i>Condor, Deep State, Spring Tide, Modus, Chicago PD, Chicago Fire, Law & Order, Unforgettable, Caméléon.</i>		
ACTIONNAIRE(S)	Universal Studios International B.V.	100 %	
ORGANIGRAMME	Présidente VP Finance VP Program VP Marketing Directeur commercial Legal & Business Affairs	Léonor GRANDSIRE Sylvie MARTIN-RENAUD Stéphanie HUNT Fabien SAILLANT Yonathan ALLALI Maëva SCALA	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
XDSL / FTTX / Cable / Satellite	SFR	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Caraïbes, Réunion, Mayotte, Nouvelle-Calédonie, Polynésie		Les offres Canal+, SFR
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Luxembourg Monaco Afrique	VOO, Proximus, SFR, Orange UPC, Net+, Tele club Tango Monaco Telecom Les bouquets Canal+	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR SFR	INTERNET tv.sfr.fr	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE SFR TV	TABLETTE SFR TV	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK, YOUTUBE 13emerue TWITTER @13emerue	INSTAGRAM @13emerue_fr	
REGIE PUBLICITAIRE	FRANCE TELEVISIONS PUBLICITE	Claire LANGER Claire.Langer@francetvpub.fr 01 56 22 65 38	

AB 1

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

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

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

THEMATIQUE	Séries TV / Fictions / Catch		
PUBLIC VISE	15-49 ans		
PROGRAMMES PHARES	Catch américain (WWE Raw, WWE Smackdown, Pay-Per-Views), <i>X-Files</i> , <i>X Factor UK</i> , etc.		
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	10 %	
Part des différents genres de programmes	Cinéma	10 %	
	Fiction	60 %	
	Sport et divertissements	20 %	
	Magazines et télé-réalité	10 %	
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.S.	100 %	
ORGANIGRAMME	Représentant permanent de GROUPE AB dans son mandat de Président d'AB THÉMATIQUES Directeur digital et distribution des chaînes Directeur de la programmation et de l'antenne des chaînes Divertissement Directrice marketing et communication Responsable éditoriale Attachée de presse	Richard MAROKO Vincent GRYNBAUM Jean CHENNETIER Cécile BRINO Anaïs MAYENSON Monique DIOUF	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Orange	NON	OUI - Famille / Famille By Canal
	BIS TV	NON	OUI - Panorama
	Canal	NON	OUI - Les Chaînes Family / TV By Canal
ADSL	Free	OUI	NON
	Orange	NON	OUI - Famille By Canal / Famille / Intense
	SFR	NON	OUI - Power / Power + / Premium
	Bouygues	NON	OUI - Grand Angle
Mobile / 3G	Orange Mobile, SFR Mobile	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI		
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR OUI	INTERNET OUI	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK 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@mediawan.com 01 49 17 24 19	

ACTION

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

Société éditrice : AB Thématiques
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 02/04/1996
Lancement de la chaîne : 02/04/1996

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

THEMATIQUE	Cinéma		
PUBLIC VISE	Hommes		
PROGRAMMES PHARES	<i>Lucha Underground, Ciné Choc, etc.</i>		
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	35 %	
Part des différents genres de programmes	Cinéma	85 %	
	Séries et magazines	15 %	
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.S.	100 %	
ORGANIGRAMME	Représentant permanent de GROUPE AB dans son mandat de Président d'AB THÉMATIQUES Directeur digital et distribution des chaînes Directrice marketing et communication Responsable éditoriale des chaînes Cinéma Responsable éditorial Attachée de presse		
			Richard MAROKO Vincent GRYNBAUM Cécile BRINO Mathilde VASLOT Cyril DELAVENNE Monique DIOUF
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	NON	OUI - Les Chaînes Ciné Séries
	BIS TV	NON	OUI - Cinésport
	Orange	NON	OUI - Ciné Séries / Ciné Séries Max / Intense
ADSL	Free	NON	OUI - Pack BIS Cinérama / Pack BIS Premium / Pack BIS Ultimum
	SFR	NON	OUI - Pass Cinema / Premium
	Bouygues	NON	OUI - Bbox Ciné / BBox Grand Ciné
	Orange	NON	OUI - Ciné Séries / Ciné Séries Max / Intense
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	Canal	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR OUI	INTERNET OUI	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK LaChaîneAction	TWITTER @LaChaîneAction	
REGIE PUBLICITAIRE	RÉGIS, publicité et opérations spéciales 132, avenue du président Wilson BP 95 93 213 La Plaine Saint-Denis cedex		David BYWALSKI david.bywalski@mediawan.com 01 49 17 24 19

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

Société éditrice : AB Thématiques
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 02/04/1996
Lancement de la chaîne : 02/04/1996

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

THEMATIQUE	Documentaire		
PUBLIC VISE	15/60 et plus		
PROGRAMMES PHARES	<i>Animaux Stars ; Les nouveaux vétérinaires ; La vie secrète des chiens ; Jungle Planet ; Richard Rasmussen : Mission Amérique ; L'odyssée sauvage de Nicolas Vanier.</i>		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires / magazines	100 %	
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.S.	100 %	
ORGANIGRAMME	Représentant permanent de GROUPE AB dans son mandat de Président d'AB THÉMATIQUES Directeur digital et distribution des chaînes Directrice marketing et communication Directrice de l'antenne et de la programmation des chaînes Découverte et Sport Responsable éditoriale Attachée de presse		
		Richard MAROKO Vincent GRYNBAUM Cécile BRINO Marie DE MAUBLANC Sabine WIEMAR Katia DEPARIS	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	BIS TV	NON	OUI - Panorama
	Canal	NON	OUI - En option
	Orange	NON	OUI - Famille / Intense
ADSL	Free	NON	OUI - Pack BIS Premium / Pack BIS Ultimatum / Pack BIS Panorama
	SFR	NON	OUI - Pass Découverte / Premium / Power / Power+
	Bouygues	NON	OUI - Grand Angle
	Orange	NON	OUI - Famille / Intense
Mobile / 3G	Orange Mobile	NON	OUI
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR OUI	INTERNET OUI	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK AnimauxTV	TWITTER @AnimauxTV	
REGIE PUBLICITAIRE	RÉGIS, publicité et opérations spéciales 132, avenue du président Wilson BP 95 93 213 La Plaine Saint-Denis cedex	David BYWALSKI david.bywalski@mediawan.com 01 49 17 24 19	

AUTOMOTO LA CHAÎNE

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

Société éditrice : AB Thématiques
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 26/03/1996
Lancement de la chaîne : 26/03/1996

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

THEMATIQUE	Sport		
PUBLIC VISE	Hommes 35-59 ans		
PROGRAMMES PHARES	<i>Nascar ; V6 ; Sans se Braquer ; Mission GDB ; Retromania ; AMA Supercross ; Monster Jam ; Mondial de l'auto ; Salon Rétromobile ; Convoi de l'Extrême ; Café Racer.</i>		
PROGRAMMATION			
Part des différents genres de programmes	Documentaires et magazines	40 %	
	Sport (inclus information sportive)	60 %	
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.S.	100 %	
ORGANIGRAMME	Représentant permanent de GROUPE AB dans son mandat de Président d'AB THÉMATIQUES Directeur digital et distribution des chaînes Directrice marketing et communication Directrice de l'antenne et de la programmation des chaînes Découverte et Sport Responsable éditorial Attachée de presse		
		Richard MAROKO Vincent GRYNBAUM Cécile BRINO Marie DE MAUBLANC Yannick BOBARD Katia DEPARIS	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Orange	NON	OUI - Sport Max / Intense
	Canal	NON	OUI - Les Chaînes Sport / TV By Canal
	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 automotolachaîne INSTAGRAM automoto_lachaîne	TWITTER @chaîne_automoto	
REGIE PUBLICITAIRE	RÉGIS, publicité et opérations spéciales 132, avenue du président Wilson BP 95 93 213 La Plaine Saint-Denis cedex	David BYWALSKI david.bywalski@mediawan.com 01 49 17 24 19	

ARTE

4, quai du Chanoine Winterer
67 000 Strasbourg
Tél/Fax : 03 90 14 22 22 / 00
www.arte.tv



Société éditrice : ARTE France / ARTE Deutschland TV GmbH
Convention CSA : non
Création de la chaîne : 30/04/1991
Lancement de la chaîne : 30/05/1992
Forme juridique : G.E.I.E
Budget : 135 039 000 €
Effectif : 437 (ARTE G.E.I.E.)

THEMATIQUE	Culture, Europe	
PUBLIC VISE	Tous publics européens	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2018	2 315 heures
	Part de programmes inédits en France	27,5 %
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires	59 %
	Cinéma	14 %
	Fiction	5 %
	Information et magazines	16 %
	Spectacle vivant / Programmes courts	5 % / 1 %
ACTIONNAIRE(S)	ARTE France	50 % (France Télévisions 45 %, Etat français 25 %, Radio France 15 %, INA 15 %)
	ARTE Deutschland TV GmbH	50 % (ARD 50 %, ZDF 50 %)
SOURCES DE FINANCEMENT	Redevance	96 %
	Ressources propres	4 %
ORGANIGRAMME	Gérant et président	Peter BOUDGOUST
	Gérante et vice-présidente	Régine HATCHONDO
	Gérant et directeur des programmes	Bernd MÜTTER
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, les opérateurs divers et les mobiles	
CONTENUS DISPONIBLES VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE / TABLETTE Guide des programmes, direct, télévision de rattrapage (replay), ARTE Concert (vidéos et live), ARTE <i>in English</i> , ARTE <i>en español</i> , ARTE <i>po polsku</i> , ARTE <i>in italiano</i> OPERATEURS (Orange, Canal+, Free, Bouygues, SFR ADSL & Fibres, Molotov) Direct, télévision de rattrapage (replay)	TV CONNECTEES (HbbTV, Apple TV, applications natives sur Panasonic, LG, Samsung et Android TV) Guide des programmes, direct, télévision de rattrapage (replay), ARTE <i>in English</i> , ARTE <i>en español</i> , ARTE <i>po polsku</i> , ARTE <i>in italiano</i> .
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Tous	TNT, 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, Instagram.	
DEVELOPPEMENTS	Restructuration de l'offre numérique et des adaptations aux différents supports, etc.	
REGIE PUBLICITAIRE	KETIL MEDIA 76, bd de la République 92 100 Boulogne Billancourt	Sylvie LEFORT 01.78.90.15.36 slefort@ketilmedia.com

beIN SPORTS
1, 2, 3 et MAX 4, 5, 6,
7, 8, 9, 10

53-55, avenue Emile Zola
92 100 Boulogne-Billancourt
Tél/Fax : 01 58 17 85 00
www.beinsports.com



Société éditrice : beIN MEDIA GROUP
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/06/2012
Lancement de la chaîne : 01/06/2012

Forme juridique : S.A.S
Capital : 100 010 000 €
Effectif : 250

THEMATIQUE	Sport		
PROGRAMMES PHARES	Ligue 1 Conforama, Domino’s Ligue 2, LaLiga, Serie A, Bundesliga, Süper Lig, NBA, NFL, MLB, Handball Lidl Starligue, Ligue féminine de Handball, Ligue des Champions de Handball féminine et masculine, Rugby à XV avec les Coupes d’Europe de Rugby Champions Cup & Challenge Cup, Tennis avec Wimbledon, WTA, Coupe Davis, Fed Cup, Rugby à XIII, SuperLeague, National Rugby League), e-Ligue 1		
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 et business développement	Yousef AL-OBAIDLY Sophie JORDAN Florent HOUZOT Laurent de CAMAS	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	A LA CARTE (ou dans BOUQUET PRENIUM)
Satellite	CANAL, Orange, Fransat, ABSat	NON	OUI
ADSL/FIBRE/CABLE	Bouygues Telecom, Canal, Free, Orange, SFR, Vialis, Wibox, Vitis+ opérateurs locaux	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Réunion, Antilles, Guyane Nouvelle-Calédonie, Polynésie Française Saint-Pierre-et-Miquelon	Via les offres de Canal, Orange, SFR Caraïbe, SRR, PARABOLE Réunion, ZEOP, CAN’L, VINI, SPM.	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Monaco Ile Maurice, Madagascar	Monaco Telecom Parabole Réunion, Blueline Madagascar	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE sur appli TV des distributeurs, selon disponibilité + sur beIN SPORTS CONNECT	TABLETTE / CONSOLES / TV CONNECTEES sur appli TV des distributeurs, selon disponibilité + sur beIN SPORTS CONNECT	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE :	TELEVISEUR Oui, depuis le replay des distributeurs, selon disponibilité + depuis beIN SPORTS CONNECT	INTERNET www.beinsports.com/france/replay	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK beINSPORTSFrance TWITTER @beinsports_FR	INSTAGRAM beinsports_FR DAILYMOTION /beinsports	
AUTRES OFFRES ET SERVICES	• beIN SPORTS CONNECT : offre OTT pour profiter de l’ensemble des chaînes et services de beIN SPORTS depuis un ordinateur, un smartphone, une tablette, une console de jeu Xbox One, Playstation 4, et compatible Chromecast • beIN Ligue 1 Conforama : application pour smartphones et tablettes permettant de suivre en live text vidéo les actions clés des rencontres de Ligue 1 Conforama grâce des extraits des matchs en quasi direct. L’appli propose également le résumé de chaque match ainsi que des compilations vidéos (résumé de chaque journée, top buts, top arrêts, etc.).		
REGIE PUBLICITAIRE	beIN REGIE www.beinregie.beinsports.com		

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	32 nouveaux programmes	12 programmes de 30 minutes + 20 de 15 minutes
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Téléachat	100 %
ACTIONNAIRE(S)	M6 Interactions Autres filiales groupe M6	99,76 % 0,24 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Téléachat	100 %
ORGANIGRAMME	Directeur général Directrice générale adjointe Directrice d'antenne et des programmes Communication et marketing Production Juridique Achats Ventes	Ronan de FRESSENEL Isabelle FOURNIER Monique PARMENTIER 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

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
Création de la chaîne : 1980
Lancement de la chaîne : novembre 2015
Forme juridique : SARL
Effectif : > 100

THEMATIQUE	La chaîne de la culture noire américaine, 100 % divertissements		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2018	50 heures	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Programmes inédits Cinéma Fiction / Télé réalité Spectacle vivant / Musique	>300 heures / an 10 % 70 % 20 %	
PROGRAMMES PHARES	Le Prince de Bel Air ; Ma femme, ses enfants et moi ; The Bobby Brown Story ; In Contempt ; Being Mary Jane ; Yeah Dat Ouais ; Bet Talk ; Be Fab ; Bet Awards ; Bet Hip Hop Awards...		
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	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	OUI	NON
Câble	SFR-Numéricâble	OUI	NON
ADSL	Canal, Bouygues, Free, SFR, Orange, Videofutur	OUI	NON
Mobile/3G	Appli BET, SFR TV, Orange TV	OUI	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 Overseas Monaco Telecom , Canal, Orange, VITIS Canal Coditel	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Appli BET, My Canal, SFR-TV, B.TV, Orange TV	TABLETTE Appli BET, MyCanal, SFR-TV, B.TV, Orange TV	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Canal, SFR-Numericable, Bouygues, Orange, Free, Vuideofutur	INTERNET MyCanal, SFR-Numericable, Bouygues, Orange, Free	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK BET.TV.FR TWITTER @BET_FR	INSTAGRAM @bet_tv_fr	
REGIE PUBLICITAIRE	VIACOM INTERNATIONAL MEDIA NETWORKS Advertising & Brand Solutions	Philippe LARRIBAU - Directeur Philippe.larribau@vimn.com	

BFM BUSINESS

2, rue du Général Alain de Boissieu
Bât Est
75 015 Paris
Tél/Fax : 01 87 25 50 00
www.bfmbusiness.bfmtv.com



Société éditrice : BFM Business TV
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 22/10/2010
Lancement de la chaîne : 11/2010

Forme juridique : S.A.S.U
Capital : 37 000 €
Effectif : 80

THEMATIQUE	Information - Economie		
PUBLIC VISE	Tout public		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2018	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'Eco, 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	Alain WEILL Pierre FRAIDENRAICH Stéphane SOUMIER Béatrice HEMERY Emmanuelle MARTI	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
TNT Ile-de-France			
Satellite	CanalSat, Fransat, TNT Sat, Orange Sat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	Orange, Bouygues, SFR-Neuf, Free, Virgin Mobile	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, Nouvelle-Calédonie		
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE BFM Business sur Appstore et Play Store	TABLETTE BFM Business sur Appstore et Play Store	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR OUI	INTERNET www.bfmbusiness.bfmtv.com	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK BFM BUSINESS	TWITTER @bfmbusiness	
REGIE PUBLICITAIRE	NEXTREGIE	Pierre-Henry MEDAN rmcregie@rmcregie.fr 01 87 25 50 01	

BFM TV

2, rue du Général Alain de Boissieu
Bât Est
75 015 Paris
Tél/Fax : 01 87 25 50 00
www.bfmtv.com



Société éditrice : BFMTV
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 07/06/2005
Lancement de la chaîne : 28/11/2005

Forme juridique : S.A.S.U.
Capital : 39 182 035 €
Effectif : 350

THEMATIQUE	Information	
PUBLIC VISE	Tout public	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2018	20h de direct par jour, 7/7 jours
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Part de programmes inédits	100 %
	Information	100 %
PROGRAMMES PHARES	<i>Première Edition, Bourdin Direct, 19h Ruth Elkrief, Grand Angle, BFM Politique, 7 jours BFM</i>	
ACTIONNAIRE(S)	NextRadioTV	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	100 %
ORGANIGRAMME	Président	Alain WEILL
	Directeur général et directeur de l'information	Hervé BEROUD
	Directrice de la rédaction	Céline PIGALLE
	Directrice de l'antenne et moyens technologiques	Béatrice HEMERY
	Directrice financière	Emmanuelle MARTI
	Responsable relations presse et partenariats	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 RATRAPAGE	INTERNET www.bfmtv.com	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK BFM TV	TWITTER @BFMTV
REGIE PUBLICITAIRE	NEXTREGIE	Pierre-Henry MEDAN rmcregie@rmcregie.fr 01 87 25 50 01

BOING

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

Société éditrice : Turner Broadcasting System Europe Ltd.

Convention CSA : non

Lancement de la chaîne : 08/04/2010

Forme juridique : S.A.S.

THEMATIQUE	Jeunesse		
PUBLIC VISE	6-12 ans, filles et garçons		
PROGRAMMES PHARES	Rendez-vous cinéma avec <i>CinéBoing</i> , séries animées comme <i>Les As de la Jungle</i> , <i>Yo-Kai Watch</i> , <i>Totally Spies</i> , <i>DC Super Hero Girl</i> , etc.		
ACTIONNAIRE(S)	Turner Broadcasting System Europe	100 %	
ORGANIGRAMME	SVP Europe du Sud et Afrique Directeur des chaînes Kids et General Entertainment France & Afrique Directeur des programmes et acquisitions Directeur Marketing, RP & Digital Vice-Président Commercial & Business Development territoires francophones, Afrique et Israël Attachée de presse Directrice de la publicité	Jaime ONDARZA Julien BORDE Stéphane PASQUIER-MIYAZAKI Adrien FALLU Guillaume COFFIN Valérie LEROY Véronique DUPONT-MOREAU	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	Panorama - Essentiel Famille	NON
	Orange	NON	Famille 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’l	
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	TELEVISEUR Orange, Free, Numericable, SFR, Canal Bouygues, Molotov	INTERNET NON	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE BoingAPP France	TABLETTE NON	
REGIE PUBLICITAIRE	FRANCE TELEVISIONS	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	Séries d’animation pour les enfants de 3 à 7 ans et pour toute la famille : <i>Taffy, Grizzy et les Lemmings, Mr Bean, Looney Tunes, Bugs Bunny, Tom et Jerry et Les Fous du volant.</i>		
ACTIONNAIRE(S)	Turner Broadcasting System Europe	100 %	
ORGANIGRAMME	SVP Europe du Sud et Afrique Directeur des chaînes Kids et General Entertainment France & Afrique Directeur des programmes et acquisitions Directeur Marketing, RP & Digital Vice-Président Commercial & Business Development territoires francophones, Afrique et Israël	Jaime ONDARZA Julien BORDE Stéphane PASQUIER-MIYAZAKI Adrien FALLU Guillaume COFFIN	
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, SFR Mobile Numericable	NON	NON
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, Telestar, Satcon	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Boomerang TV	TABLETTE NON	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Free, Numericable, Canal, Orange, SFR, Molotov	INTERNET www.canalsatalademande.fr	
REGIE PUBLICITAIRE	FRANCE TELEVISIONS	Gwenaëlle LESNE	

C8

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



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

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

THEMATIQUE	Généraliste	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	<i>Touche pas à mon poste ! ; Balance ton post ! - ; C'est que de la télé ; William à midi ; Les terriens du samedi ; Les terriens du dimanche ; Les animaux de la 8 ; Direct auto ; Langue de bois s'abstenir ; Enquête sous haute tension...</i>	
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits (% du volume de diffusion)	30 %
Part des différents genres de programmes	Fiction	17 %
	Cinéma	4 %
	Spectacle vivant	2 %
	Documentaires et magazines	27 %
	Information	1 %
	Sport - y compris information sportive	1 %
	Jeux et divertissements	28 %
	Autres	20 %
ORGANIGRAMME	Président du Directoire du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint du Groupe CANAL+, en charge de la France Directeur général des antennes du Groupe CANAL+ Directeur général de C8 Directeur des programmes Directeur des flux et divertissements Directeur du spectacle vivant Directeur de la programmation Directrice de la communication Directrice de la promotion et des partenariats Directeur de la production	Maxime SAADA Frank CADORET Gérald-Brice VIRET Franck APPIETTO Vincent PUJOL Julien LALANDE Manuel COHEN SCALI Nicolas STERIN Virginie GRANDCLAUDE Nathalie LACAN Maxime FOUCHE
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles.	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Caraïbes, Réunion et Nouvelle-Calédonie	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Afrique, Luxembourg, Suisse	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE MyCanal	TABLETTE MyCanal
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR myCANAL	INTERNET myCANAL
RESEAUX SOCIAUX	SITE INTERNET www.mycanal.fr/chaînes/c8 TWITTER @C8TV	FACEBOOK C8TV INSTAGRAM www.instagram.com/c8lachaîne
REGIE PUBLICITAIRE	CANAL+ BRAND SOLUTIONS	Francine MAYER francine.mayer@canal-plus.com

CANAL J

2, rue des Cévennes
75 015 Paris
Tél/Fax : 01 80 20 38 38
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 : 24 880 405 €

THEMATIQUE	Jeunesse		
PUBLIC VISE	4-14 ans		
PROGRAMMES PHARES	Pokémon, Power Rangers, Massive Monster, Mayhem, Chasseurs de trolls, etc.		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2018	34 h 38	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Fiction	10 %	
	Animation	85 %	
	Jeux et divertissements	5 %	
ACTIONNAIRE(S)	Lagardère Active TV	59,51 %	
	Lagardère Active Broadcast	40,49 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	20 %	
	Abonnements	80 %	
ORGANIGRAMME	Président	Denis OLIVENNES	
	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 d’antenne	Caroline MESTIK	
	Directrice des programmes	Caroline ADELUS	
	Directrice de la communication	Samira CHAHBOUNE	
	Directrice de la production	Magali TORRICE-VINCON	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
	Fransat	OUI	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	Offres Canal+ DSL	NON	OUI
	Bouygues Telecom	OUI	NON
	Orange	OUI	NON
	Free	OUI	NON
Mobile / 3G	Canal+ Mobile	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Caraïbes, Martinique, Guadeloupe, Guyane, Mayotte		Canal+, Numericable, Canal+ Telecom
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique, Suisse, Luxembourg, Cameroun, Côte d’Ivoire, Guinée-Conakry, Haïti, Liban, Madagascar, Mali, Ile Maurice, Monaco		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR MyCanal, Bouygues, Orange, SFR, Free pour abonnés MyCanal	INTERNET Mycanal.fr	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK, YOUTUBE Canal J	TWITTER @canalj	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE My J, application IOS et Android Application de Mycanal, Orange et SFR	TABLETTE My J, application IOS et Android Application de Mycanal, Orange et SFR	
REGIE PUBLICITAIRE	LAGARDERE REGIE TV		Sophie RIVIERE

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

1, place du Spectacle
92 863 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél : 01 71 35 35 35
www.mycanal.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 Groupe CANAL+	51,53 % 48,47 %	
ORGANIGRAMME	Président du Directoire du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint du Groupe CANAL+, en charge de la France Directeur général des antennes Directeur général adjoint en charge de CANAL+ et des Antennes du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint antenne et programmes payants Directeur des programmes de flux Directeur des sports Directrice du pôle création originale Directeur de la fiction française Directeur marketing, commerce et services client Directrice de la communication	Maxime SAADA Frank CADORET Gérald-Brice VIRET Vincent NAVARRO Jean-Marc JURAMIE Franck APPIETTO Thierry CHELEMAN Arielle SARACCO Fabrice de la PATELLIERE Christophe PINARD-LEGRY Laurence GALLOT	
TNT	Payante		
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CANAL	CANAL+	Pack les chaînes CANAL+ / INTEGRALE
Câble	SFR ET DARTY BOX	CANAL+	Pack les chaînes CANAL+ / INTEGRALE
ADSL/Fibre	Tous les FAI	CANAL+	Pack les chaînes CANAL+ / INTEGRALE
Wifi TNT	Via le Cube S	CANAL+	Pack les chaînes CANAL+ / INTEGRALE
OTT	CANAL	CANAL+	Pack les Chaînes CANAL+
DIFFUSION DANS LES DROM/ POM/COM/TOM Via CANAL+ International	Martinique, Guadeloupe, Guyane, Réunion, Mayotte, Comores, Seychelles, Maurice, Madagascar, Nouvelle-Calédonie, Wallis et Futuna		
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Corse, Monaco (via CANAL+ France), Suisse (via CANAL+ Suisse), Afrique (via CANAL+ International)		
DIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE myCANAL TV connectées	PC, TABLETTE myCANAL	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR myCANAL	INTERNET myCANAL	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK canalplus mycanal lesseriescanal cinemacanalplus	TWITTER @canalplus @myCANAL @seriescanalplus @cinemacanalplus	
REGIE PUBLICITAIRE	CANAL+ BRAND SOLUTIONS		Francine MAYER (Présidente) Francine.mayer@canal-plus.com 01 71 35 55 10

CARTOON NETWORK

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



Société éditrice : Turner Broadcasting System Europe

Convention CSA : non

Lancement de la chaîne : 01/10/1999

Forme juridique : S.A.S.

THEMATIQUE	Jeunesse		
PUBLIC VISE	6-12 ans		
PROGRAMMES PHARES	Cartoon Network, c'est la chaîne des drôles de Super-Héros. Mélange de créativité et d'humour la chaîne propose des programmes exclusifs produits par les Studios Cartoon Network pour les enfants de 6 à 12 ans avec au programme <i>Gumball</i> , <i>We Bare Bears</i> , <i>Teen Titans Go!</i> , <i>Ben 10</i> , <i>Adventure Time</i> , <i>Pomme & Oignon</i> , <i>les Super Nanas</i> et bien d'autres encore.		
ACTIONNAIRE(S)	Turner Broadcasting System Europe	100 %	
ORGANIGRAMME	SVP Europe du Sud et Afrique Directeur des chaînes Kids et General Entertainment France & Afrique Directeur des programmes et acquisitions Directeur marketing, RP & Digital Vice-Président Commercial & Business Development territoires francophones, Afrique et Israël Attachée de presse Directrice de la publicité	Jaime ONDARZA Julien BORDE Stéphane PASQUIER-MIYAZAKI Adrien FALLU Guillaume COFFIN Valérie LEROY Véronique DUPONT-MOREAU	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	Panorama - Essentiel Famille	NON
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'l 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 TELEVISIONS	Gwenaëlle LESNE	

CHASSE ET PÊCHE

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

Société éditrice : AB Thématiques
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 02/04/1996
Lancement de la chaîne : 02/04/1996

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

THEMATIQUE	Documentaire		
PUBLIC VISE	39-59/60 et plus		
PROGRAMMES PHARES	<i>Chasseur Français, le mag ; Les tutos ; QVO (Québec à vol d'oiseau) ; Chasseur de l'extrême ; Mordu de la pêche ; Addiction pêche ; Hooké.</i>		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires et magazines	100 %	
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.S.	100 %	
ORGANIGRAMME	Représentant permanent de GROUPE AB dans son mandat de Président d'AB THÉMATIQUES Directeur digital et distribution chaînes Directrice marketing et communication Directrice de l'antenne et de la programmation des chaînes Découverte et Sport Responsable éditorial Attachée de presse		
		Richard MAROKO Vincent GRYNBAUM Cécile BRINO Marie DE MAUBLANC Eric DUMONTET Katia DEPARIS	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	BIS TV	NON	OUI - Panorama
	Orange	NON	OUI - Sports Max / Famille / Intense
	Canal	NON	OUI - En option
ADSL	Free	NON	OUI - Pack BIS Premium / Pack BIS Ultimatum / Pack BIS Panorama
	SFR	NON	OUI - Premium / Pass Découverte / Power / Power+
	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 132, avenue du président Wilson BP 95 93 213 La Plaine Saint-Denis cedex	David BYWALSKI david.bywalski@mediawan.com 01 49 17 24 19	

CHÉRIE 25

46-50, avenue Théophile Gautier
75 203 Paris Cedex 16
Tél/Fax : 01 40 71 39 29 / 34 92
www.nrj-play.fr/cherie25



Société éditrice : Chérie HD
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 12/12/2012
Lancement de la chaîne : 12/12/2012

Forme juridique : S.A.S
Capital : 3 924 492 €

THEMATIQUE	Généraliste - Féminine	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	<i>Sous les jupons de l'histoire, Snapped les femmes tueuses, Les enquêtes impossibles, C'est mon choix</i>	
ACTIONNAIRE(S)	Boileau TV	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directrice de la stratégie programmation et acquisitions Directrice de la communication Pôle TV & des relations publiques NRJ Group Directrice des relations presse NRJ Group Directeur des productions	Guillaume PERRIER Céline CHANAT Candice de SAINT PERN 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, SFR Fibre, Orange, Bouygues Telecom et téléviseurs connectés HbbTV INTERNET www.nrj-play.fr/cherie25	TABLETTE Chérie 25 Replay disponible sur iOS, Android
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK cherie 25 TWITTER @cherie25tv	INSTAGRAM cherie25tv
REGIE PUBLICITAIRE	NRJ GLOBAL www.nrjglobal.com	Laurence BUQUET lbucquet@nrjglobal.fr 01 40 71 44 06

CINÉ+
(Premier, Frisson,
Emotion, Famiz, Club,
Classic)

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



Société éditrice : Multithématiques
Convention CSA : oui
Création des chaînes CINE+ : 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	Président du Directoire du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint du Groupe CANAL+ Directeur général des antennes du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint antenne et programmes payants Directeur de CINE+ Directrice des chaînes CINE+ Premier, Emotion, Frisson Directeur des chaînes CINE+ Classic, Club, Famiz Directrice de la communication Groupe CANAL+ Responsable de la communication pôle cinéma Attachée de presse	Maxime SAADA Frank CADORET Gérald-Brice VIRET Jean-Marc JURAMIE Vincent GIRERD Myriam HACENE Bruno DELOYE Laurence GALLOT Karletty LAVOCAT Pascale MARIE
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION		
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE
Satellite	Canal	NON
Câble	VIALIS	NON
ADSL	Free, SFR, Bouygues, Orange	NON
OTT	CANAL, MOLOTOV TV (option)	NON
DIFFUSION DANS LES DROM/POM/COM/TOM Via CANAL+ International	6 chaînes Caraïbes Réunion, Mayotte Nouvelle-Calédonie	Canal, Orange, SFR, Mediaserv Canal, Parabole Réunion, Orange, SFR Canal
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Suisse (via CANAL+ Suisse), Belgique Afrique (via CANAL+ International)	Voo BeTV, Canal Suisse, UPC Cablecom, Swisscom, Net+ Canal Afrique, Parabole Maurice & Madagascar
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE myCANAL TV connectées	PC, TABLETTE myCANAL
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR myCANAL	INTERNET myCANAL
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK cineplus.fr mycanal	TWEETER @mycineplus @myCANAL
REGIE PUBLICITAIRE	CANAL+ BRAND SOLUTIONS	Francine MAYER Francine.mayer@canal-plus.com

CLIQUE TV

1, place du spectacle
92 130 Issy-les-Moulineaux
<http://www.clique.tv/>



Société éditrice : société Clique TV

Convention CSA : Oui

Création de la chaîne : novembre 2018

Lancement de la chaîne : 4 novembre 2018

Forme juridique : SAS

Capital : 10 000 €

THEMATIQUE	Musicale et talk nouvelle génération		
PUBLIC VISE	Millennials		
PROGRAMMES PHARES	<i>Clique Clique, Clique Dimanche, Clique Paulette, Clique X, La Playlist de..., Clique Classics, La Méthode Boulanouar, Clique de, Clique Sport, Clique Report, Clips musicaux, Besto Friendo.</i>		
ACTIONNAIRE(S)	Société MTH (Groupe CANAL+)	60 %	
	Première Foix Production	40 %	
ORGANIGRAMME	Président du Directoire du Groupe CANAL+	Maxime SAADA	
	Directeur général adjoint du Groupe CANAL+, en charge de la France	Frank CADORET	
	Directeur général des antennes du Groupe CANAL+	Gerald-Brice VIRET	
	Directeur général adjoint antennes et programmes payants	Jean-Marc JURAMIE	
	Président de Clique TV	Mouloud ACHOUR	
	Directeur général Clique TV	Rudy TAIEB	
	Responsable éditorial Clique TV	Anthony CHEYLAN	
	Responsable de production Clique TV	Laïla EL MANSOUR	
	Directrice de la communication Groupe CANAL+	Laurence GALLOT	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CANAL	OUI	PACK FAMILY
Câble	N/A	N/A	
ADSL	CANAL	OUI	PACK FAMILY
	FREE	OUI	TV BY CANAL
	ORANGE	OUI	FAMILLE BY CANAL
Mobile/3G	CANAL	OUI	PACK FAMILY
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	NON		
DIFFUSION HORS DE FRANCE	NON		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR myCANAL	INTERNET myCANAL	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE myCANAL	TABLETTE myCANAL	
RESEAUX SOCIAUX :	FACEBOOK Cliquetv/	TWITTER cliquetv	
REGIE PUBLICITAIRE	CANAL+ BRAND SOLUTIONS		Francine MAYER (Présidente) Francine.mayer@canal-plus.com

CNEWS

1, rue Les enfants du paradis
92 652 Boulogne-Billancourt
Tél/Fax : 01 71 35 35 35
www.cnews.fr



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

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

THEMATIQUE	Information	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	<i>La matinale ; L'heure des pros ; Morandini live ; Le grand JT des faits divers ; Punchline ; Les voix de l'info ; Ca se dispute ; 20 h foot ; La matinale week-end ; 13h foot ; L'hebdo de l'éco ; Le grand rendez-vous...</i>	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Part de programmes inédits	100 %
	Information	100 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe CANAL+	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	100 %
ORGANIGRAMME	Président du Directoire du Groupe CANAL+	Maxime SAADA
	Directeur général adjoint du Groupe CANAL+, en charge de la France	Frank CADORET
	Directeur général des antennes du Groupe CANAL+	Gérald-Brice VIRET
	Directeur général CNEWS	Serge NEDJAR
	Directeur délégué de l'information	Thomas BAUDER
	Directrice de la communication	Virginie GRANDCLAUDE
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Antilles, Guyane Nouvelle-Calédonie, Wallis et Futuna, Réunion, Mayotte	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Afrique (plus de 40 pays) Haïti, République Dominicaine, Guadeloupe, Martinique, Guyane Française, Venezuela Australie, Réunion, Mayotte, Madagascar, Maurice, Seychelles, Nouvelle-Calédonie, Wallis et Futuna	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR myCANAL	INTERNET myCANAL
DIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE myCANAL	TABLETTE myCANAL
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK CNEWS	TWITTER @CNEWS / @CNEWSLesOFF
REGIE PUBLICITAIRE	CANAL+ BRAND SOLUTIONS	Francine MAYER francine.mayer@canal-plus.com

COMÉDIE+

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

Société éditrice : 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	Président du Directoire du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint du Groupe CANAL+, en charge de la France Directeur général des antennes du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint antenne et programmes payants Directeur des chaînes de divertissement Directrice des programmes Comédie+ Directrice de la communication Groupe CANAL+ Responsable de communication Chargée de communication	Maxime SAADA Frank CADORET Gérald-Brice VIRET Jean-Marc JURAMIE Manuel COHEN SCALI Marie BONARD Laurence GALLOT Clarisse FORT-HALLEREAU Guillemette BERARD	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	PANORAMA	Pack les chaînes FAMILY / INTEGRALE
Câble	SFR ET DARTY BOX	PANORAMA	Pack les chaînes FAMILY / INTEGRALE
ADSL	Offres By Canal	PANORAMA	Pack les chaînes FAMILY / INTEGRALE
OTT	CANAL et FAI	PANORAMA	Pack les chaînes FAMILY / INTEGRALE
DIFFUSION DANS LES DROM/POM/COM/TOM Via CANAL+ International	Caraïbes Réunion, Mayotte Nouvelle-Calédonie Polynésie		Canal Canal, Parabole Réunion Canal Vini
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse (via CANAL+ Suisse), Monaco (via CANAL+ France), Afrique (via CANAL+ International)		Voo Be TV, SFR, Telesat, SFR Belgique Canal, UPC Cablecom, Cablecom, Swisscom, Net+ Monaco Telecom Canal Afrique, Parabole Maurice & Madagascar
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUSEUR myCANAL	INTERNET myCANAL	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE myCANAL TV connectées	PC, TABLETTE myCANAL	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK comedieplus mycanal	TWITTER @comedie_plus @myCANAL	
REGIE PUBLICITAIRE	CANAL+ BRAND SOLUTIONS	Francine MAYER francine.mayer@canal-plus.com	

COMEDY CENTRAL

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



Société éditrice : Viacom international Media Networks France
Convention CSA : NON
Création de la chaîne : 1991
Lancement de la chaîne : octobre 2018
Forme juridique : SARL
Capital : NC
Effectif : >100

PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2018	10 heures (lancement en octobre 2018)	
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	25 %	
Part des différents genres de programmes	Séries	42 %	
	Divertissements	36 %	
	Talk	7 %	
	Sketch / Show	15 %	
PROGRAMMES PHARES	Le daily show avec Trevor Noah ; South Park ; Teachers ; Key & Peele ; How I Met Your Mother...		
ACTIONNAIRE(S)	Viacom International	100 %	
ORGANIGRAMME	Gérant	Thierry CAMMAS	
	Directeur des programmes	Jean-Marc DUPIRE	
	Responsable programmation	Jean-François POILEUX	
	Directeur promotion/communication/marketing	Nicolas BESNIER	
	Directeur digital	Nicolas DOMONT	
	Directrice production	Karine SEVRAIN	
	Directrice juridique	Céline FERTE	
	Directrice des études	Muriel FERRERO	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Câble	SFR-Numericable	OUI	-
ADSL	Bouygues, Free, SFR, Orange, Videofutur	OUI	-
Mobile/3G	Appli Comedy Central, SFR-TV, B.TV, Orange TV	OUI	-
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	NON	-	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	NON	-	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Orange	INTERNET Orange	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Appli Comedy Central, SFR-TV, B.TV, Orange TV	TABLETTE Appli Comedy Central, SFR-TV, B.TV, Orange TV	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK Comedycentralfr TWITTER @ComedyCentralFR	INSTAGRAM @comedycentralfr	
REGIE PUBLICITAIRE	VIACOM INTERNATIONAL MEDIA NETWORKS Advertising & Brand Solutions	Philippe LARRIBAU - Directeur Philippe.larribau@vimn.com	

CRIME DISTRICT

132, avenue du président Wilson
BP 95
93 213 La Plaine Saint-Denis cedex
Tél/Fax : 01 49 22 20 01 / 22 35
<http://www.crimedistrict.tv>

Société éditrice : AB Entertainment S.A.
Convention CSA : Non
Création de la chaîne : 11/02/2016
Lancement de la chaîne : 11/02/2016

Forme juridique : S.A.
Capital : 8 394 325 €
Effectif : NC

THEMATIQUE	Documentaires		
PUBLIC VISE	Tout Public		
PROGRAMMES PHARES	48 heures pour un crime ; Chéri je t'ai menti ; I survive ; Killer Profile ; Ma vie avec un psychopathe ; Affaires non résolues.		
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	10 %	
Part des différents genres de programmes	Documentaires et magazines	100 %	
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.	100 %	
ORGANIGRAMME	Membres du conseil d'administration Directeur digital et distribution des chaînes Directrice marketing et communication Directrice de l'antenne et de la programmation des chaînes Découverte et Sport Responsable éditorial Attachée de presse	Pierre-Antoine CAPTON, Richard MAROKO Vincent GRYNBAUM Cécile BRINO Marie DE MAUBLANC William LEFEVRE Monique DIOUF	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
	BIS TV	NON	OUI - Cinesport
ADSL	Orange,	NON	OUI - Famille / Intense
	Bouygues	NON	OUI - Grand Angle
	Free	NON	OUI - Pack BIS Premium
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR En cours (Orange)	INTERNET OUI	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK Crimedistrictofficiel	TWITTER @Crime_district	
REGIE PUBLICITAIRE	RÉGIS, publicité et opérations spéciales 132, avenue du président Wilson BP 95 93 213 La Plaine Saint-Denis cedex	David BYWALSKI david.bywalski@mediawan.com 01 49 17 24 19	

CSTAR

1, place du Spectacle
92 823 Issy-les-Moulineaux
Tél/Fax : 01 71 35 35 35
www.myCANAL.fr/chaînes/cstar



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

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

THEMATIQUE	Musicale	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	Top Streaming, Pawn Stars, Top CSTAR, Top Albums	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Fiction Cinéma Spectacle vivant Documentaires et magazines Vidéomusiques Jeux et divertissements Autres	5 % 2 % 11 % 14 % 50 % 63 % 16 %
ORGANIGRAMME	Président du Directoire du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint du Groupe CANAL+, en charge de la France Directeur général des antennes du Groupe CANAL+ Directeur général de CSTAR Directeur de la programmation Directrice de la communication Directrice de la promotion Directeur marketing et études Directeur de la production Directeur musique et divertissement	Maxime SAADA Frank CADORET Gérald-Brice VIRET Christophe SABOT Nicolas STERIN Virginie GRANDCLAUDE Nathalie LACAN Guillaume LARTIZIEN Maxime FOUCHE Guillaume LASSALLE
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles.	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Caraïbes, Réunion, Nouvelle-Calédonie	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique, Afrique, Luxembourg	
SERVICES DE CATCH-UP	TELEVISEUR myCANAL	INTERNET myCANAL
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE MyCanal	TABLETTE MyCanal
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK CSTAR TWITTER @CSTAR	INSTAGRAM cstarlachaîne
REGIE PUBLICITAIRE	CANAL+ BRAND SOLUTIONS	Francine MAYER francine.mayer@canal-plus.com

DEMAIN !

11, rue Erard
75 012 PARIS
Tél/Fax : 01 45 36 89 00 / 01
www.demain.fr



Société éditrice : Demain Saison 2
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 29/11/1997
Lancement de la chaîne : 29/11/1997

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 450 000 €
Effectif : 4

THEMATIQUE	Service et initiatives		
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, t'inquiète je gère ; Musique : En acoustique ; Territoire : Demain La Cité, Val hedbo, Fenêtre sur..., Terres de France, Intérêt général et territoires ; Documentaires : architecture, société.		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017 (2018 en cours d'élaboration)	322 heures	
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	80 % (20 % de rediffusion n-1 et autres chaînes)	
Part des différents genres de programmes	Documentaires	4 %	
	Magazines plateaux	43 %	
	Autres	53 % (info service)	
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, Bouygues	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	NON		
DIFFUSION HORS DE FRANCE	NON		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR NON	INTERNET Quelques émissions ou extraits sur www.demain.fr	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK Demain !		
REGIE PUBLICITAIRE	Régie publicitaire intégrée + RTR	Estelle BELMAZEITOUN rtr@rtr-pub.fr 01 58 68 61 26	

DISCOVERY CHANNEL

3, rue Gaston et René Caudron
92 798 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél/Fax : 01 40 93 80 00 / 83 83
www.discoverychannel.fr



Société éditrice : Discovery Communications
Création de la chaîne : 01/09/2004
Lancement de la chaîne : 01/09/2004

Convention CSA : non
Forme juridique : S.A.S.

THEMATIQUE	Documentaire		
PUBLIC VISE	Hommes 25-39 ans		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires et magazines	100 %	
PROGRAMMES PHARES	<i>Alaska : la ruée vers l'or, Pêril en haute mer, Occasions à saisir, Retour à l'instinct primaire, Americars...</i>		
ORGANIGRAMME	President and Managing Director - EMEA Senior Vice President, Directeur General - Discovery France Directrice des chaînes Discovery France Senior Manager Marketing & Communication France - Discovery / Eurosport	Kasia KIELI 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 discoverychannel France TWITTER @discoveryFR	YOUTUBE 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	Marinella SOLDI	
	Country Manager France and Sports Rights Southern Europe - Discovery / Eurosport	Julien BERGEAUD	
	Directrice des chaînes Discovery France	Lorenza RADICI-BLACTOT	
	Senior Manager Marketing & Communication France - Discovery / Eurosport	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 Dicoverly Family France	TWITTER @discoveryFR	
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 PUBLICITE 6, place Abel Gance 92 100 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	Péchés mortels ; Le meurtre & moi ; Journal d'un crime ; Mon voisin le tueur ; Le mal en héritage...		
PROGRAMMATION			
Part des différents genres de programmes	Documentaires / Fictions	100 %	
ORGANIGRAMME			
	President and Managing Director - EMEA	Kasia KIELI	
	Senior Vice President, Directeur General - Discovery France	Julien BERGEAUD	
	Directrice des chaînes Discovery France	Lorenza RADICI-BLACTOT	
	Senior Manager Marketing & Communication France - Discovery / Eurosport	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	INTERNET	
	SFR Play	SFR Play	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK	YOUTUBE	
	Discovery Investigation France	Discovery Investigation France	
	TWITTER		
	@discoveryFR		
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 PUBLICITE	6, place Abel Gance 92 100 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	<i>Mythbusters ; Street Science ; Space Week ; Comment c'est fait ; Les clés de l'univers...</i>		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires et magazines	100 %	
ORGANIGRAMME	President and Managing Director - EMEA Senior Vice President, Directeur General - Discovery France Directrice des chaînes Discovery France Senior Manager Marketing & Communication France - Discovery / Eurosport	Kasia KIELI 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 Discovery Science France TWITTER @discoveryFR	YOUTUBE Discovery Science France	
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 PUBLICITE	6, place Abel Gance 92 100 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	Raiponce la série, Elena d’Avalor, Descendants, Miraculous les Aventures de Ladybug et Chat Noir, Raven, Andi, Léna Reve d’Etoile, Camp Kikiwaka, Agent K.C...		
PRODUCTION	Investissements en quota européens de programmes pour la chaîne en 2018	53 heures	
PROGRAMMATION			
Part des différents genres de programmes	Animation	48 %	
	Série fiction	32 %	
	Téléfilms	5 %	
	Longs métrages	1,5 %	
	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 REBECHÉ	
	Digital	David POPINEAU, Pénélope 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	Suisse Luxembourg Polynésie	Tele Club, Naxoo Tango TNS	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUR Disney Channel Replay	INTERNET Disney Channel Replay	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Disney Channel Replay	TABLETTE Disney Channel Replay	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK Disney Channel FR YOUTUBE Disney Channel FR	TWITTER @disneychannelfr	
REGIE PUBLICITAIRE	DISNEY MEDIA & partenariats, relations commerciales DISNEY MEDIA & partenariats, promotion des offres et opérations	Nadia ROLETTI Julie JOLY	

DISNEY CINEMA
DISNEY CINEMA HD

3 Queen Caroline Street,
Hammersmith,
London W6 9PE
United Kingdom



Société éditrice : The Walt Disney Company Limited

Convention CSA : non

Création de la chaîne : 04/09/2007

Lancement de la chaîne : 30/11/2007

Forme juridique : PLC

THEMATIQUE	Cinéma		
PUBLIC VISE	Familles		
PROGRAMMES PHARES	Coco, Blue, Les Indestructibles, Toy Story 2, Pirates des Caraïbes, La Belle et la Bête, Monstres Academy, Star Wars : Rogue One.		
ORGANIGRAMME	Direction générale et d’antenne Direction juridique	David LEVINE 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 : PLC.

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, La Garde du Roi Lion, Princesse Sofia, Docteur la peluche.		
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	Tele Club	
	Luxembourg	Tango	
	Belgique	Belgacom, Be TV	
	Polynésie	TNS	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR	INTERNET	
	Disney Junior Replay	My Canal	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE	TABLETTE	
	My Canal	My Canal	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK	TWITTER	
	Disney Junior	@disneyjuniorfr	
	YOUTUBE		
	Disney Junior		
REGIE PUBLICITAIRE	DISNEY MEDIA et partenariats, relations commerciales		Nadia ROLETTI
	DISNEY MEDIA et partenariats, promotion des offres et opérations		Julie JOLY

DISNEY XD

3 Queen Caroline Street,
Hammersmith
London W6 9PE
United Kingdom



Société éditrice : The Walt Disney Company Limited

Convention CSA : non

Création de la chaîne : 01/04/2009

Lancement de la chaîne : 01/04/2009

Forme juridique : PLC

THEMATIQUE	Jeunesse		
PUBLIC VISE	Garçons de 6 à 9 ans		
PROGRAMMES PHARES	La Bande à Picsou, Baymax et les Nouveaux Héros, Onze, Marvel Spider-Man, Star Wars Resistance, Like Me, La Loi de Milo Murphy, Phinéas & Ferb.		
PROGRAMMATION			
Part des différents genres de programmes	Animation	80 %	
	Série fiction	8 %	
	Magazines	1 %	
	Longs métrages	0,5 %	
	Publicité	6 %	
	Habillage	3 %	
ORGANIGRAMME	Direction 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...	Canal Overseas	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Suisse	Tele Club, Naxoo	
	Luxembourg	Tango	
	Belgique	Belgacom, Be TV	
	Polynésie	TNS	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR	INTERNET	
	Disney XD Replay	My Canal	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE	TABLETTE	
	My Canal	My Canal	
RESEAUX SOCIAUX	YOUTUBE		
	DISNEY XD FR		
	LIKE ME		
REGIE PUBLICITAIRE	DISNEY MEDIA et partenariats, relations commerciales	Nadia ROLETTI	
	DISNEY MEDIA et partenariats, promotion des offres et opérations	Julie JOLY	

E! ENTERTAINMENT

E Entertainment UK Ltd
Central Saint Giles
1 St Giles High St.
London WC2H 8NU
Royaume-Uni
Tél : 0044 (0) 207 297 5050
<http://www.eonline.com/fr>

Société éditrice : E! Entertainment UK Ltd
Convention CSA : non

Forme juridique : LTD

THEMATIQUE	Divertissement		
PUBLIC VISE	Fans de la culture pop		
PROGRAMMES PHARES	La chaîne de la culture pop avec des séries réalités comme <i>L'Incroyable Famille Kardashian</i> , <i>Chirurgie à tout prix</i> , <i>Revenge Body with Khloe Kardashian</i> , <i>Hollywood Medium</i> , <i>WAGS</i> , <i>Total Bellas</i> , et l'accès aux tapis rouges des plus grandes cérémonies.		
ACTIONNAIRE(S)	NBCUniversal	100 %	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
XDSL / FTTX / Cable / Satellite	SFR	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Caraïbes, Réunion, Mayotte, Nouvelle-Calédonie, Polynésie		SFR
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Luxembourg Monaco Afrique	VOO, Proximus, SFR UPC, Net+ Tango Monaco Telecom Les bouquets Canal+, Bleusat, Blueline, Startimes, Malivision, Mauritius Telecom	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR SFR	INTERNET tv.sfr.fr	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE SFR TV E! La Chaîne en Live et en Replay	TABLETTE SFR TV E! La Chaîne en Live et en Replay	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK E! Entertainment TWITTER @eonlineFR	INSTAGRAM @eentertainmentfr	
REGIE PUBLICITAIRE	FRANCE TELEVISIONS PUBLICITE	Claire LANGER claire.Langer@francetvpub.fr 01 56 22 65 38	

ELLE GIRL

2, rue des Cévennes
75 015 Paris
Tél/Fax : 01 80 20 38 38
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 : 24 880 405 €

THEMATIQUE	Divertissement (magazines, séries, documentaires, talk-show)		
PUBLIC VISE	Public féminin de 18 à 49 ans		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2018	10 heures	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Fiction (Séries/ TVF)	70 % (60 % / 10 %)	
	Magazines	15 %	
	TV Réalité	15 %	
PROGRAMMES PHARES	Belle comme un camion, Project Runway, Pretty Little Liars, The Arrangement, My First Fashion Week.		
ACTIONNAIRE(S)	Lagardère Active TV	59,51 %	
	Lagardère Active Broadcast	40,49 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	5 %	
	Abonnements	95 %	
ORGANIGRAMME	Président	Denis OLIVENNES	
	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	
	Directeur juridique	François-Xavier FARASSE	
	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	Canal+	OUI	NON
ADSL	Offres Canal+	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Réunion, Caraïbes, Martinique, Guadeloupe, Mayotte	Canal+, Numericable	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique, Suisse, Luxembourg, Liban, Maroc, Haïti, Madagascar, Ile Maurice, Monaco, République Dominicaine		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Mycanal, Free pour les abonnés MyCanal	INTERNET Mycanal.fr	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE mycanal	TABLETTE mycanal	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK, TWITTER, DAILYMOTION, INSTAGRAM Ellegirltv	YOUTUBE ELLE Girl	
REGIE PUBLICITAIRE	LAGARDERE REGIE TV	Sophie RIVIERE	

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, Quinté News, Off Courses.	
PROGRAMMATION			
Part des différents genres de programmes	Sport – y compris information sportive	100 %	
ACTIONNAIRE(S)			
	Le Trot	47,5 %	
	France Galop	47,5 %	
	PMU	5,0 %	
ORGANIGRAMME			
	Directeur général	Laurent EICHINGER	
	Secrétaire générale	Anne-Cécile BALLAND	
	Directeur de la rédaction	Florent GAUTREAU	
	Directeur de l'antenne	Eric LAPAUZE	
	Directeur des technologies	Jean-François BERTRAND	
	Directeur marketing et communication	Lilian BAUDARD	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal, Orange, BIS TV	OUI	OUI - Bouquet Sport Canal
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	Free, SFR, Bouygues, Orange, Canal DSL	OUI	NON
Mobile / 3G	Orange Mobile, SFR Mobile, Bouygues Telecom	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM			
	Caraïbes, Ile Maurice, Nouvelle-Calédonie Réunion	CanalSat, Orange, Outremer Telecom CanalSat SFR Réunion, Outremer Telecom, Orange, Zeop	
DIFFUSION HORS DE FRANCE			
	Suisse Belgique Luxembourg Monaco	Canal Suisse, UPC/Cablecom, Teleclub, Net Plus Voo SFR Monaco Telecom	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE			
	TELEVISEUR Equidia - Free, Numericable, SFR, Canal, Orange	INTERNET Equidia - equidia.fr	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :			
	MOBILE Application « Equidia »	TABLETTE Application « Equidia »	
RESEAUX SOCIAUX			
	FACEBOOK, YOUTUBE, INSTAGRAM Equidia	TWITTER @Equidia	
DEVELOPPEMENTS 2018		Lancement d'Equidia Racing, nouvelle plateforme digitale, nouvelle plateforme de marque, de communication et nouvelle application mobile	
REGIE PUBLICITAIRE			
	REMICS & Cie	Remi COLLARD remi@remicsetcompagnie.com 01 76 61 83 60	

EURONEWS

56, quai Rambaud
69 002 Lyon
Tél : 04 28 67 00 00
www.euronews.com www.africanews.com

Société éditrice : Euronews S.A.
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/08/1992
Lancement de la chaîne : 01/01/1993

Forme juridique : S.A.
Capital : 26 885 595€
Effectif : 450

THEMATIQUE	Information		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMES PHARES	The Global Conversation, Insiders, Space, No Comment, Futuris, Business Planet.		
PROGRAMMATION			
Part des différents genres de programmes	Information	100 %	
ACTIONNAIRE(S)	Media Globe Networks Universal Studios Limited (NBC News) 20 groupes audiovisuels publics + 3 collectivités locales	60 % 25 % 15 %	
ORGANIGRAMME	Président du Conseil de surveillance Vice-président du Conseil de surveillance et Président du Conseil éditorial Président du Directoire Directeur de la rédaction Directeur financier Directeur des ressources humaines Directeur des opérations Chief Revenue Officer	Naguib SAWIRIS Paolo GARIMBERTI Michael PETERS Françoise CHAMPEY David CIPEL Christophe DES ARCIS François SCHMITT Carolyn GIBSON	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal+, Orange, TNT Sat	OUI	NON
Câble	SFR Numericable, Usine électricité de Metz, Vialis + régies	OUI	NON
ADSL	Canal+ DSL, Orange, SFR, Free, Bouygues Alchimie, Molotov	OUI OUI OUI	NON OUI - Bouquets linguistiques NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Nouvelle-Calédonie, Antilles	Telenet, C’nal, Orange Canal 10, le câble Antilles, Canalsatellite Caraïbes	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	160 pays à travers le monde		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Replay : Free, Numericable	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, YOUTUBE, GOOGLE+ Euronews TWITTER @euronews	TUMBLR euronews-tv	
REGIE PUBLICITAIRE	EURONEWS SALES	Carolyn GIBSON carolyn.gibson@euronews.com +442076329775	

EUROSPORT 1

3, rue Gaston et René Caudron
92 798 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél/Fax : 01 40 93 80 00 / 83 83
www.eurosport.fr



Société éditrice : Eurosport S.A.S
Création de la chaîne : 01/02/1989
Lancement de la chaîne : 01/02/1989

Convention CSA : oui
Forme juridique : S.A.S

THEMATIQUE	Sport		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMATION	100 % sports (live, docs, talk shows & news)		
PROGRAMMES PHARES	Coupe de France, Tour de France, La Vuelta, Roland-Garros, Australian Open, US Open, ATP 1000 & 500, Coupes du monde de sports d’hiver, 24H du Mans, Formula E, Pro D2, ...		
ACTIONNAIRE(S)	DISCOVERY inc.		
ORGANIGRAMME	President and Managing Director - EMEA Senior Vice President, Directeur General - Discovery France Sports director, Eurosport France Senior Manager Marketing & Communication France - Discovery / Eurosport Kasia KIELI Julien BERGEAUD Géraldine PONS Mathieu BESSON		
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CANAL	NON	OUI
	Orange	NON	NON
Câble	Numericable	NON	NON
ADSL	Orange, SFR	NON	NON
	Bouygues Telecom	NON	NON
	Free	NON	OUI
	CANAL	NON	OUI
Mobile / 3G	MyCANAL	NON	OUI
	Bouygues Telecom, SFR Mobile, 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	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE MyCanal & Eurosport Player	TABLETTE MyCanal	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK EurosportFR	TWITTER @Eurosport_FR	
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 PUBLICITE	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	Coupe de France, Tour de France, La Vuelta, Roland-Garros, Australian Open, US Open, ATP 1000 & 500, Coupes du monde de sports d’hiver, 24H du Mans, Formula E, Pro D2, ...		
ACTIONNAIRE(S)	DISCOVERY Inc.		
ORGANIGRAMME	President and Managing Director - EMEA Senior Vice President, Directeur General - Discovery France Sports director, Eurosport France Senior Manager Marketing & Communication France - Discovery / Eurosport	Kasia KIELI Julien BERGEAUD Géraldine PONS Mathieu BESSON	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CANAL	NON	OUI
	Orange	NON	NON
Câble	Numericable	NON	NON
ADSL	Orange, SFR	NON	NON
	Bouygues Telecom	NON	NON
	Free	NON	OUI
	CANAL	NON	OUI
Mobile / 3G	MyCANAL	NON	OUI
	Bouygues Telecom, SFR Mobile,	NON	NON
	Orange Mobile,		
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Canal Overseas, Orange, SRR, Outremer Telecom, Parabole Réunion, Mediaserv, Martinique TV Câble, WSG Guadeloupe, ZEOP, IZI, CAN’L & Telenet Nlle Calédonie		
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique, Luxembourg, Suisse, Monaco, Andorre		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR MyCanal (abonnement CANAL)	INTERNET www.mycanal.fr	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE MyCanal & Eurosport Player	TABLETTE MyCanal	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK EurosportFR	TWITTER @Eurosport_FR	
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 PUBLICITE	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 : non - Cahier des charges
Création de la chaîne : 18/04/1964

Forme juridique : S.A. à capitaux publics
Capital : 347 540 000 €

THEMATIQUE	Généraliste – Chaîne de l'évènement, dans tous les genres		
PUBLIC VISE	Tous publics		
PROGRAMMES PHARES	Télématin ; Affaire conclue ; N'oubliez pas les paroles ; Un si grand soleil ; Envoyé spécial...		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2018	3 562 heures (hors sports et information)	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Part de programmes inédits	64,5 %	
	Information	14 %	
	Sports (y compris magazines sportifs)	7 %	
	Cinéma / Fiction	2 % / 10 %	
	Documentaires / Magazines	8 % / 23 %	
	Musique et spectacle	2 %	
	Variétés, jeux et divertissements	21 %	
	Divers	13 %	
ACTIONNAIRE(S)	France Télévisions	100 %	
SOURCES DE FINANCEMENT FranceTélévisions	Ressources publiques	88 %	
	Publicité	12 %	
	Autres ressources (FAI et divers)	1 %	
ORGANIGRAMME	P-dg de France Télévisions	Delphine ERNOTTE-CUNCI	
	DG délégué à l'antenne et aux programmes	Takis CANDILIS	
	Directrice des antennes nationales	Caroline GOT	
	Directrice des programmes	Nathalie DARRIGRAND	
	Directeur d'antenne	Cyril GIRAUDBIT	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Tous opérateurs	Oui	
Câble	Tous opérateurs	Oui	
ADSL	Tous opérateurs	Oui	
Mobile/3G	Tous opérateurs	Oui	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	TNT	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	OUI		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR OUI	INTERNET France.tv	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE France.tv	TABLETTE France.tv	
RESEAUX SOCIAUX	TWITTER, FACEBOOK, YOUTUBE	GOOGLE+, PERISCOPE, INSTAGRAM	
DEVELOPPEMENTS 2018	Lancement du feuilleton <i>Un si grand soleil</i> ; création de grands événements accompagnés de dispositifs numériques et partenariats médias ; compétitions sportives internationales, etc.		
REGIE PUBLICITAIRE	FRANCE TELEVISIONS PUBLICITE 64, avenue Jean-Baptiste Clément 92 641 Boulogne cedex	Marianne SIPROUDHIS 01 56 22 12 29	

FRANCE 3

7, esplanade Henri de France
75 907 Paris Cedex 15
www.france3.fr



Société éditrice : France Télévisions
Convention CSA : non - Cahier des charges
Création de la chaîne : 21/12/1972

Forme juridique : S.A. à capitaux publics
Capital : 347 540 000 €

THEMATIQUE : GENERALISTE		Généraliste, chaîne de la proximité	
PRODUCTION		Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2018	2 769 heures
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes (dans le programme national)	Volume de diffusion (national +régional)		36 495 heures
	Part de programmes inédits (national)		46 %
	Documentaires		11 %
	Cinéma		3 %
	Fiction		16 %
	Information		7 %
	Sport		5 %
	Jeunesse		14 %
	Magazines / Spectacles vivants		6 % / 4 %
	Jeux et divertissements		14 %
Divers		20 %	
PROGRAMMES PHARES		Plus Belle la vie, Capitaine Marleau, Magellan, Mongeville, La Stagiaire, Meurtres à..., Des racines et des ailes, Thalassa, Les carnets de Julie, 19/20, Grand Soir 3, 12/13, Pièces à Conviction...	
ACTIONNAIRE(S)		France Télévisions	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT France Télévisions	Ressources publiques		88 %
	Publicité		12 %
	Autres ressources (FAI et divers)		1 %
ORGANIGRAMME	P-dg de France Télévisions		Delphine ERNOTTE-CUNCI
	Dg délégué à l’antenne et aux programmes		Takis CANDILIS
	Directrice des antennes nationales		Caroline GOT
	Directrice des programmes		Nathalie DARRIGRAND
	Directeur d'antenne		Philippe LANDRE
	Directeur du réseau régional France 3		Olivier MONTELS
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Tous opérateurs	OUI	
Câble	Tous opérateurs	OUI	
ADSL	Tous opérateurs	OUI	
Mobile/3G	Tous opérateurs	OUI	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM		OUI	TNT
DIFFUSION HORS DE FRANCE		OUI	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR	INTERNET	
	OUI	France.tv	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE	TABLETTE	
	France.tv	France.tv	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK france3/	TWITTER @france3tv	
DEVELOPPEMENT 2018		Renforcement des programmes régionaux.	
REGIE PUBLICITAIRE	FRANCE TELEVISIONS PUBLICITE		Marianne SIPROUDHIS
	64, avenue Jean-Baptiste Clément		01 56 22 12 29
	92 641 Boulogne cedex		

FRANCE 4

7, esplanade Henri de France
75 907 Paris cedex 15
Tél/Fax : 01 56 22 68 55
www.france4.fr



Société éditrice : FranceTélévisions
Convention CSA : non - Cahier des charges
Création de la chaîne : 31/03/2015

Forme juridique : S.A. à capitaux publics
Capital : 347 540 000 €

THEMATIQUE	Généraliste - Chaîne familiale		
PUBLIC VISE	Jeunes et familles		
PROGRAMMES PHARES	Une saison au Zoo, Drôlement Bêtes, Yetili, Minikeums, Un jour, une question, Escape News, Zouzous...		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2018	280 heures (hors sports et information)	
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits (national)	14 %	
Part des différents genres de programmes	Sports	3 %	
	Cinéma	4 %	
	Fiction	9 %	
	Jeunesse	51 %	
	Magazines	1 %	
	Documentaires	17 %	
	Musique et spectacle	6 %	
	Variétés, jeux et divertissements	5 %	
	Divers	4 %	
ACTIONNAIRE(S)	France Télévisions	100 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Ressources publiques	88 %	
FranceTélévisions	Publicité	12 %	
	Autres ressources (FAI et divers)	1 %	
ORGANIGRAMME	P-dg de France Télévisions	Delphine ERNOTTE-CUNCI	
	Dg délégué à l’antenne et aux programmes	Takis CANDILIS	
	Directrice des antennes nationales	Caroline GOT	
	Directrice des programmes	Nathalie DARRIGRAND	
	Directeur d'antenne France 4	Cyril GIRAUBIT	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Tous opérateurs	OUI	
Câble	Tous opérateurs	OUI	
ADSL	Tous opérateurs	OUI	
Mobile/3G	Tous opérateurs	OUI	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	TNT	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	OUI		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR	INTERNET	
	OUI	France.tv	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE	TABLETTE	
	France.tv	France.tv	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK, TWITTER, GOOGLE+		
REGIE PUBLICITAIRE	FRANCE TELEVISIONS PUBLICITE 64, avenue Jean-Baptiste Clément 92 641 Boulogne cedex	Marianne SIPROUDHIS 01 56 22 12 29	

FRANCE 5

10, rue Horace Vernet
92 785 Issy-les-Moulineaux
Tél/Fax : 01 56 22 91 91 / 95 95
www.france5.fr



Société éditrice : France Télévisions
Convention CSA : non - Cahier des charges
Création de la chaîne : 13/12/1994

Forme juridique : S.A. à capitaux publics
Capital : 347 540 000 €

THEMATIQUE	Thématique - Chaîne de la connaissance et du savoir		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMES PHARES	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, C l'hebdo, C politique, Le monde en face, Science Grand Format		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2018	2 100 heures	
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits (national)	30 %	
Part des différents genres de programmes (volume horaire)	Fictions et longs métrages	2 %	
	Jeunesse	10 %	
	Documentaires	45 %	
	Magazines	36 %	
	Divers	7 %	
ACTIONNAIRE(S)	France Télévisions	100 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Ressources publiques	88 %	
France Télévisions	Publicité	12 %	
	Autres ressources (FAI et divers)	1 %	
ORGANIGRAMME	P-dg de France Télévisions Dg délégué à l'Antenne et aux programmes Directrice des antennes nationales Directrice des programmes Directeur d'antenne France 5	Delphine ERNOTTE-CUNCI Takis CANDILIS Caroline GOT Nathalie DARRIGRAND Sofiane TILIKETE	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Tous opérateurs	OUI	
Câble	Tous opérateurs	OUI	
ADSL	Tous opérateurs	OUI	
Mobile/3G	Tous opérateurs	OUI	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	TNT	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	OUI		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR OUI	INTERNET France.tv	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE France.tv	TABLETTE France.tv	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK, TWITTER, GOOGLE+, INSTAGRAM		
DEVELOPPEMENTS 2018	Nouvelles séries documentaires estivales : Dorine, d'un ciel à l'autre, Au bout c'est la mer, Drôle de ville pour une rencontre, Vous êtes super, Avions du bout du monde, Les égéries des grands hommes.		
REGIE PUBLICITAIRE	FRANCE TELEVISIONS PUBLICITE 64, avenue Jean-Baptiste Clément 92 641 Boulogne cedex	Marianne SIPROUDHIS 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	<i>Le Journal ; Paris Direct ; Le Débat ; A l’Affiche ! ; Economie ; Reporters ; Billet Retour ; Elément Terre ; Une Semaine dans le Monde ; TECH 24 ; Les Observateurs ; Ici l’Europe ; Actuelles ; Focus ; Le Journal de l’Afrique ; L’entretien ; etc.</i>	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2016	13 831 heures (pour les trois antennes)
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Part de programmes inédits Information	52 % 100 %
ACTIONNAIRE(S)	France Médias Monde	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité Autres ressources	2 % 98 %
ORGANIGRAMME	Présidente directrice générale Directeur général en charge du pôle ressources Directeur d’antenne Directrice de la communication Production Directrice juridique	Marie-Christine SARAGOSSE Victor ROCARIES Marc SAIKALI Françoise HOLLMAN Bruno TEZENAS DU MONTCEL Nathalie MOULIN
RESEaux DE DIFFUSION / DISTRIBUTION		
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE
TNT Ile-de France		BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat, Orange, BIS TV, SFR	OUI
Câble	Numericable, UEM Metz, Bouygues, Darty Box	NON
ADSL	Orange, Free, Bouygues, Darty, SFR, VirginFrance	OUI
Mobile / 3G	SFR mobile, Orange mobile, Bouygues Telecom	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 RATRAPAGE	TELEVISEUR Freebox Replay, Orange	INTERNET www.france24.com
RESEaux SOCIAUX	FACEBOOK TWITTER	INSTAGRAM GOOGLE+
REGIE PUBLICITAIRE	FRANCE TELEVISIONS PUBLICITE	Marianne SIPROUDHIS Directrice générale 01 56 22 12 29

FRANCEINFO

7, esplanade Henri de France
75 907 Paris cedex 15
Tél : 01 56 22 42 42
www.franceinfo.fr



Société éditrice : France Télévisions
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/09/2016

Forme juridique : S.A. à capitaux publics
Capital : 347 540 000 €

THEMATIQUE	Chaîne d'Information	
PUBLIC VISE	Tous publics	
PROGRAMMES PHARES	Les Journaux Télévisés, <i>L'instant Module</i> , <i>Les Informés</i> , <i>8h30 Fauvelle/Dély</i> , <i>L'instant reportage</i> , <i>Soyons Claire</i> , <i>La faute à l'Europe</i> , <i>Drôle d'Europe</i> , <i>Culture Box le magazine</i> , <i>Questions Politique</i> , <i>Retour vers l'info</i> , <i>Dataculte</i> , <i>Flashback</i> , <i>Vu d'ici vues d'ailleurs de TV5 Monde</i> , <i>Le Journal du Monde de France 24</i> , <i>Outre-Mer Express</i> , les modules fabriqués par la rédaction de Franceinfo, les modules de France 3 toutes régions, les modules de la rédaction numérique et de FTV Education...	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2018	6 570 heures (18h/jour)
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Information	100 %
ACTIONNAIRE(S)	France Télévisions	100 %
ORGANIGRAMME	P-dg de France Télévisions Dg délégué en charge de l'information Directeur de franceinfo pour France Télévisions Directeur de franceinfo édition TV Directeur de l'antenne de franceinfo édition TV Directeur adjoint opérationnel de franceinfo édition TV en charge de l'éditorial Delphine ERNOTTE-CUNCI Yannick LETRANCHANT Alexandre KARA Stéphane DUBUN Jean CHRETIEN François BRABANT	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles.	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	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 2018	- Elargissement des tranches de direct : 6h30 – 9h30 / 9h30-13h / 17h-20H / 21h-Minuit. - Lancement de soirées événementielles : SCAN ; soirée spéciale <i>Histoires d'une Nation</i> .	

FRANCE Ô

35-37, rue Danton
92 240 Malakoff
www.franceo.fr



Société éditrice : France Télévisions
Convention CSA : non - Cahier des charges
Création de la chaîne : 14/07/2010

Forme juridique : S.A. à capitaux publics
Capital : 347 540 000 €

THEMATIQUE	Chaîne des outre-mer qui contribue au partage et à la diffusion des identités, des cultures et de l'actualité des outre-mer		
PUBLIC VISE	Tout public		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2017	421 heures	
PROGRAMMATION (2017)	Part de programmes inédits	36 %	
Part des différents genres de programmes (2017)	Documentaires	17 %	
	Cinéma	2 %	
	Fiction	40 %	
	Information	17 %	
	Spectacle vivant	4 %	
PROGRAMMES PHARES	Cut, Riding Zone, Flash Talk, Les témoins d’Outre-mer, Clair-Obscur, Voyages et Délices by Chef Kelly, Bal à Juan, Vinyle, Combo, Archipel, Investigation, Histoire d’Outre-Mer, etc.		
ACTIONNAIRE(S)	France Télévisions	100 %	
SOURCES DE FINANCEMENT France Télévisions	Ressources publiques	88 %	
	Publicité	12 %	
	Autres ressources (FAI et divers)	1 %	
ORGANIGRAMME	P-dg de France Télévisions Dg délégué à l’antenne et aux programmes Directeur de France Ô et du réseau Outre-mer 1ères Directrice des antennes nationales Directrice des programmes Directeur d'antenne France Ô	Delphine ERNOTTE-CUNCI Takis CANDILIS Wallès KOTRA Caroline GOT Nathalie DARRIGRAND Philippe LANDRE	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Tous opérateurs	OUI	
Câble	Tous opérateurs	OUI	
ADSL	Tous opérateurs	OUI	
Mobile/3G	Tous opérateurs	OUI	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI		
DIFFUSION HORS DE FRANCE	OUI		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR OUI	INTERNET France.tv	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE France.tv	TABLETTE France.tv	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TWITTER GOOGLE		
REGIE PUBLICITAIRE	FRANCE TELEVISIONS PUBLICITE 64, avenue Jean-Baptiste Clément 92 641 Boulogne cedex	Marianne SIPROUDHIS 01 56 22 12 29	

GAME ONE

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

Société éditrice : GAME ONE SAS
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 1998
Lancement de la chaîne : 1998

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 97 067 €
Effectif : > 100

THEMATIQUE	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 2018	> 200 heures / an	
PROGRAMMATION	Programmes inédits	> 300 heures / an	
Part des différents genres de programmes	Fiction	10 %	
	Cinéma	5 %	
	Documentaires et magazines	55 %	
	Animation / Spectacle vivant	29 % / 1%	
ACTIONNAIRE(S)	Viacom	100 %	
ORGANIGRAMME	Président Directeur Général	Thierry CAMMAS	
	Directeur des chaînes	Jean-Marc DUPIRE	
	Directeur des programmes	Gauthier LOY	
	Responsable des programmes	Amélie FERNANDEZ	
	Directeur communication/marketing/promotion	Nicolas BESNIER	
	Directeur digital	Nicolas DOMONT	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal, AB SAT	OUI	NON
Câble	SFR-Numericable, Regiocom, Vialis	OUI	NON
ADSL	Canal, Bouygues, Free, SFR Orange, etc...	En fonction de l'opérateur	En fonction de l'opérateur
Mobile / 3G	Appli Game One, Orange TV, SFR-TV, B.TV	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 Afrique Sub-saharienne	Coditel, Be TV Netplus, Cablecom, Canal Maroc Telecom Monaco Telecom, Orange, Canal, VITIS MY HD MEDIA, AB SAT Canal Overseas	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Appli Game One, MyCanal, SFR-TV, B.TV, Orange TV	TABLETTE Appli Game One, MyCanal, SFR-TV B.TV, Orange TV	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUSEUR Canal, SFR-Numericable, Bouygues, Orange, Free	INTERNET MyCanal, SFR-Numericable, Bouygues, Orange, Free	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK GameOne TWITTER @gameone	INSTAGRAM @game_one	
REGIE PUBLICITAIRE	VIACOM INTERNATIONAL MEDIA NETWORKS Advertising & Brand Solutions	Philippe LARRIBAU - Directeur Philippe.larribau@vimn.com	

GOLF CHANNEL

45, boulevard Pierre Frieden
L – 1543 Luxembourg
www.golfchannel.fr

Société éditrice : AB Entertainment S.A.
Convention CSA : Non
Création de la chaîne : 26/09/2010
Lancement de la chaîne : 26/09/2010

Forme juridique : S.A.
Capital : 8 394 325 €

THEMATIQUE	Sport		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMES PHARES	LPGA Tour ; Solheim Cup ; Asian Tour ; LET ; Feherty Show ; Golf Fix ; School of golf ; Golf Central ; Morning Drive.		
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	80 %	
Part des différents genres de programmes	Compétitions	70 %	
	Magazines et alk-show	20 %	
	Information et documentaires	10 %	
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.S.	100 %	
ORGANIGRAMME	Membres du conseil d'administration Directeur digital et distribution des chaînes Directrice marketing et communication Directrice de l'antenne et de la programmation des chaînes Découverte et Sport Responsable éditorial Attachée de presse	Pierre-Antoine CAPTON, Richard MAROKO Vincent GRYNBAUM Cécile BRINO Marie de MAUBLANC Arnaud DEGARNE Monique DIOUF	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	BIS TV	NON	OUI - Cinesport
ADSL	Orange	NON	OUI - Sport Max / Intense
	SFR	NON	OUI - Premium / Sport / Pass Sport
	Bouygues	NON	OUI - À la carte
	Free	NON	OUI - Pack BIS Ultimatum / À la carte
Mobile / 3G	Orange Mobile, SFR Mobile, Bouygues Telecom	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR OUI	INTERNET OUI	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK GolfChannelTV	TWITTER @GolfChannel TV	
REGIE PUBLICITAIRE	RÉGIS, publicité et opérations spéciales 132, avenue du président Wilson BP 95 93 213 La Plaine Saint-Denis cedex	David BYWALSKI david.bywalski@mediawan.com 01 49 17 24 19	

GOLF+

1, place du Spectacle
92823 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél: 01 71 35 35 35
www.mycanal.fr



Société éditrice : Sport+ SA
Convention CSA : oui

Forme juridique : S.A.
Capital : 250 000 €

THEMATIQUE	Sport		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Golf	100 %	
ACTIONNAIRE de Sport+ SA	SECP	100 %	
ORGANIGRAMME	Président du Directoire du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint du Groupe CANAL+, en charge de la France Directeur général des antennes du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint antenne et programmes payants Directeur des sports du Groupe CANAL+ Directeur adjoint des sports Directeur des antennes sports Directrice de la production Directrice de la communication Groupe CANAL+ Responsable de la communication sports Responsable presse sports	Maxime SAADA Frank CADORET Gérald-Brice VIRET Jean-Marc JURAMIE Thierry CHELEMAN Didier LAHAYE Yves KUPFERMINC Claire PANTALACCI Laurence GALLOT Séverine RAY Wilfried PREVOST	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	NON	Dans le Pack Sport / intégrale (via Multisport) / En option seule
ADSL	Canal	NON	Dans le Pack Sport / intégrale (via Multisport) / En option seule
OTT	Canal	NON	Dans le Pack Sport / intégrale (via Multisport) / En option seule
DIFFUSION DANS LES DROM/POM/COM/TOM Via CANAL+ International	Caraïbes Réunion	Canal Canal	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Suisse	Canal, UPC Cablecom, Swisscom, Net+	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR myCANAL	INTERNET My CANAL	
DIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE myCANAL TV connectées	PC, TABLETTE myCANAL	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK golfcanalplus	TWITTER @golfcanalplus	
REGIE PUBLICITAIRE	CANAL+ BRAND SOLUTIONS		Francine MAYER Francine.mayer@canal-plus.com

GULLI

2, rue des Cévennes
75 015 Paris
Tél/Fax : 01 80 20 38 38
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 2018	94 h 23
PROGRAMMES PHARES	<i>Safari Go ! ; Dragons ; Maya l'Abeille ; Harvey Beaks ; Yo Kai Watch ; Bienvenue chez les Loud ; Franky ; Kally's Mashup ; Pokémon ; #Fais-Gaffe ; Power Rangers ; Super Ninja Steel ; Spirit, Magic ; Famille féérique ; Arthur et les Minimoys ; Baby-sitter ; Star incognito.</i>	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Fiction Animation Jeux et divertissements	13 % 83 % 7 %
ACTIONNAIRE(S)	Lagardère Active	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité Autres ressources	85 % 15 %
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 Achats	Caroline COCHAUX Julien FIGUE Jean-René AUCOUTURIER Caroline MESTIK Samira CHAHBOUNE Magali TORRICE-VINCON François-Xavier FARASSE Cécile DURAND-GIRARD Mathilde ESCAMILLA/Maud BRANLY
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, Guyane, Mayotte, Polynésie Française	Numericable, Zeop, Orange, CanalSat, Bouygues Telecom, SFR, Free
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique, Suisse, Luxembourg, Maroc, Liban, Madagascar, Monaco, Haïti, Algérie, Tunisie	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Application IOS et Android, Google Play, Samsung Store et Amazon Store Application de Mycanal, Orange et SFR	TABLETTE Application IOS et Android (Apple Store, Google Play, Windows Store, Samsung Store et Amazon Store) Application de Mycanal, Orange et SFR
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR IPTV sur Free, SFR, Orange, Bouygues, Vini (Tahiti), Monaco Telecom, CabSat sur CanalSat et Numericable, OTT sur Molotov, Videofutur TV connectée via HBBTV	INTERNET www.replay.gulli.fr mycanal.fr
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK GulliTV TWITTER @Gulli	GOOGLE +, YOUTUBE Gulli INSTAGRAM @gulliofficiel
REGIE PUBLICITAIRE	LAGARDERE REGIE TV	Sophie RIVIERE

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	Magazines : <i>Historiquement Show</i> , <i>Histoire est une fable</i> et <i>Notes d'histoire</i> . Séries documentaires : <i>La saison italienne</i> , <i>Une paix impossible</i> , <i>La grande guerre des nations</i> , etc.	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2018	50 heures de documentaires et de magazines
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Part de programmes inédits Cinéma Documentaires / Magazines / Fictions	17 % 1 % 74 % / 6 % / 4 %
ACTIONNAIRE(S)	TF1	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur Antenne Marketing distributeurs	Ara APRIKIAN Christophe SOMMET Vincent LE GOFF / Audrey LECORCHE Sophie CATALIFAUD

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	OUI - Panorama / Canal+ Essentiel Famille	NON
	Orange	NON	OUI - Bouquet Famille
Câble	SFR (Numericable) Petits câblo-opérateurs	NON	OUI - Bouquet Découverte
	Canal DSL Bouygues SFR Orange	NON OUI - Bbox Sensation NON NON	OUI - Pack Panorama OUI - Grand Angle (<i>Bbox</i>) OUI - Bouquet Découverte OUI - Bouquet Famille ou Famille by Canal
ADSL / Fibre	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 SFR Belgique, Telenet, Proximus TV, Telesat, Be TV, Voo, Teleclub, Netplus, Swisscom, UPC Cablecom, Citycable 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 d'Orange, MyCanal, B.tv, SFR TV, Molotov.tv	TABLETTE TV d'Orange, MyCanal, B.tv, SFR TV, Molotov.tv
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK facebook.com/histoiretv	TWITTER @histoiretv
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 PUBLICITE	Olivier CARIOU ocariou@tf1.fr (01 41 41 25 33)

INFOSPORT+

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

Société éditrice : SECP
(Société d'Édition de Canal Plus)
Création de la chaîne : 10/07/1998

Forme juridique : S.A.

Capital : 95 018 076 €

THEMATIQUE	Sport		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMATION			
Part des différents genres de programmes	Sport	100 %	
ACTIONNAIRE(S) de SECP	Vivendi Groupe CANAL+	51,53 % 48,47 %	
ORGANIGRAMME	Président du Directoire du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint du Groupe CANAL+, en charge de la France Directeur général des antennes du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint antenne et programmes payants Directeur des sports du Groupe CANAL+ Directeurs des acquisitions sports Directeur des antennes sports Directrice de la production Directrice de la communication Groupe CANAL+ Responsable de la communication sports Responsable presse sports		Maxime SAADA Frank CADORET Gérald-Brice VIRET Jean-Marc JURAMIE Thierry CHELEMAN Pierre LELONG Yves KUPFERMINC Claire PANTALACCI Laurence GALLOT Séverine RAY Wilfried PREVOST
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	PANORAMA	Pack les chaînes SPORT / INTEGRALE
Câble	SFR et Darty Box	PANORAMA	Pack les chaînes SPORT / INTEGRALE
ADSL	Canal	PANORAMA	Pack les chaînes SPORT / INTEGRALE
Mobile / 3G	Canal Mobile via My Canal	PANORAMA	Pack les chaînes SPORT / INTEGRALE
OTT	CANAL	PANORAMA	Pack les chaînes SPORT / INTEGRALE
DIFFUSION DANS LES DROM/POM/COM/TOM Via CANAL+ International	Caraïbes Réunion, Mayotte Nouvelle-Calédonie Polynésie	Canal Canal, Parabole Réunion Canal Vini	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse (via CANAL+ Suisse) Monaco (via CANAL+ France) Afrique (via CANAL+ International)	Voo BeTV, SFR Belgique Canal, UPC Cablecom, Swisscom, Net+ Monaco Telecom Canal Afrique, Parabole Maurice & Madagascar	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR myCANAL	INTERNET myCANAL	
DIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE myCANAL TV connectées	PC, TABLETTE myCANAL	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK infosportplus mycanal	TWITTER @infosportplus @myCANAL	
REGIE PUBLICITAIRE	CANAL+ BRAND SOLUTIONS		Francine MAYER Francine.mayer@canal-plus.com

J-ONE

22, rue Jacques Dulud
92 521 Neuilly-sur-Seine cedex
Tél : 01 70 94 94 94
www.j-one.com



Société éditrice : GAME ONE SAS
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 2013
Lancement de la chaîne : 04/10/2013

Forme juridique : S.A.S.
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 ; Kuroko's Basket, My Hero Academia ; Nyûsu Show ; Japon Investigation ; Asie Insolite, Esprit Japon, Japan In Motion.			
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2018	>120 heures / an		
PROGRAMMATION	Programmes inédits	> 500 heures / an		
	Cinéma	5 %		
	Part des différents genres de programmes	Documentaires et magazines	30 %	
	Animation	55 %		
	Jeux et divertissements	4 %		
	Fiction	5 %		
	Spectacle vivant	1 %		
ACTIONNAIRE(S)	Viacom	100 %		
ORGANIGRAMME	Président Directeur Général	Thierry CAMMAS		
	Directeur des chaînes	Jean-Marc DUPIRE		
	Directeur des programmes	Gauthier LOY		
	Responsable des programmes	Amélie FERNANDEZ		
	Directeur promotion/communication/marketing	Nicolas BESNIER		
	Directeur digital	Nicolas DOMONT		
	Directrice de la production	Karine SEVRAIN		
	Directrice juridique	Céline FERTE		
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION				
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION	
Satellite	Canal	OUI	NON	
Câble	SFR-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	Maroc Telecom		
	Monaco	Canal		
	Suisse	Canal		
	Belgique	Coditel		
	Afrique sub-saharienne	Canal Overseas		
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE MyCanal, SFR-TV	TABLETTE MyCanal, SFR-TV		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR MyCanal, SFR-Numericable	INTERNET MyCanal, SFR-Numericable		
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK jonefr	TWITTER, INSTAGRAM @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 : 70

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 : <i>Un cœur qui écoute</i> , <i>A la source</i> , <i>La Foi prise au mot</i> , <i>Hors les murs</i> , <i>L'Esprit des lettres</i> , <i>Eglises du monde</i> , <i>Sans langue de buis</i> , <i>VIP</i> , <i>la cuisine des monastères</i> , <i>le travail dans tous les sens</i> .		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Part de programmes inédits Documentaires Magazines Direct	25 % 20 % 60 % 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 POIJOL		
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité Dons	10 % 90 %	
ORGANIGRAMME	Président Directrice générale Secrétaire général Directeur de la rédaction Directeur d'antenne Directrice juridique/RH Directeur délégué aux programmes	Vincent MONTAGNE Philippine de SAINT PIERRE Albert GOYET Etienne LORAILLIERE Pierre CESBRON Stéphanie VERDIER Olivier BRAILLON	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Eutelsat, Fransat	OUI	NON
Câble	SFR Numericable, Naxoo, Proximus, Voo, Swisscom	OUI	NON
ADSL	Tous les FAI	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Antilles, La Réunion, Guyane		
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Moyen-Orient, Afrique du Nord Europe	AB 7 AB 3	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE OUI - application	TABLETTE OUI - application	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR SMART TV sur SAMSUNG	INTERNET www.ktotv.com	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK KTO télévision catholique TWITTER @ktotv YOUTUBE ktotv	DAILYMOTION la chaîne kto, télévision catholique INSTAGRAM @ktotelevision	
REGIE PUBLICITAIRE	Régie publicitaire intégrée 13, rue du 19 mars 1962 92 240 Malakoff	www.ktotv.com communication@ktotv.com 01 73 02 22 22	

LA CHAÎNE DU PÈRE NOËL

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



Société éditrice : Lagardère Thématiques
Création de la chaîne : 05/11/2011
Lancement de la chaîne éphémère : 25/11/2017

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

THEMATIQUE	Jeunesse		
PUBLIC VISE	4 - 14 ans		
PROGRAMMES PHARES	<i>L'Apprenti du Père Noël, Cris et Mas et la Fabrique du Père Noël, Bienvenue dans la maison du Père Noël, Les mini Ateliers de Noël, Le bêtisier du Père Noël, le calendrier de l'Avent, Magiki, BOJ, etc.</i>		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2018	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 Canal J	TWITTER @canalj	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE mycanal	TABLETTE mycanal	
REGIE PUBLICITAIRE	LAGARDERE PUBLICITE	Marie RENOIR-COUTEAU Marie.renoircouteau@lagardere-pub.com 01 41 34 97 10	

LA CHAÎNE L'ÉQUIPE

40-42 Quai du Point du Jour
92 100 Boulogne-Billancourt
Tél/Fax : 01 40 93 20 20
www.lequipe.fr



Société éditrice : L'Équipe 24/24
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 02/07/2012
Lancement de la chaîne : 12/12/2012

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 402 000 €
Effectif : 100

THEMATIQUE	Sport	
PUBLIC VISE	Tout public	
PROGRAMMES PHARES	De nombreux événements sportifs (sports collectifs, sports mécaniques, sports de combat, disciplines olympiques...), <i>L'Équipe d'Estelle</i> , <i>L'Équipe du Soir</i> , <i>L'Équipe Enquête</i> , <i>L'Équipe de Thomas</i> .	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Sport (retransmissions d'événements en direct, émissions de débat, documentaires, magazines, information sportive...)	100 %
ACTIONNAIRES	S.A.S. L'ÉQUIPE	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité Autres ressources	95 % 5 %
ORGANIGRAMME	Direction générale Direction des acquisitions Direction des opérations Direction technique Responsable de la programmation Responsable de l'antenne Responsable émissions et information	Jean-Louis PELE Nicolas MANISSIER Thomas PELLOQUIN Patrick VAUTIER Romain SOCHAS Olivier FERRAND Marc LAS
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL, Apple TV et les mobiles	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Antilles françaises, Réunion, Nouvelle-Calédonie	Canal+ Overseas
DIFFUSION HORS DE FRANCE	NON	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE L'Équipe sur AppStore et Android Market	TABLETTE L'Équipe sur AppStore et Android Market
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Free, SFR, Orange, Bouygues, Numericable	INTERNET www.lequipe.fr
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK la chaîne L'Équipe	TWITTER @lacheinelequipe
REGIE PUBLICITAIRE	AMAURY MÉDIA	Damien D'ARNAUDY Damien.darnaudy@amaurymedia.fr

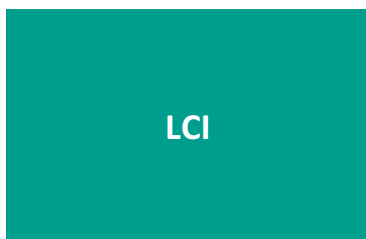
LA CHAÎNE MÉTÉO

Domaine de Marsinval
78 540 Vernouillet
Tél/Fax : 01 39 28 19 90 / 71 85 31
www.lachaînemeteo.com

Société éditrice : METEO CONSULT
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 21/01/1995
Lancement de la chaîne : 21/06/1995

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 220 290 €
Effectif : 47

THEMATIQUE	Information		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Part de programmes inédits Information / Actualités / Médias	100 % 100 %	
PROGRAMMES PHARES	La Matinale : de 6h30 à 12h, Le 12-14, Prévisions Europe, Destinations Europe, Observations, L'Ephéméride, L'Edition 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 Abonnement	10 % 90 %	
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Responsable de l'antenne et des programmes Responsable communication et marketing Production Responsable administratif et financier	Marc FEUILLEE Eric SAVANT-ROS Florent SCHINDLER Sophie SAVANT-ROS Florent SCHINDLER 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 OUI	TABLETTE OUI	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK La Chaîne Météo	TWITTER La Chaîne Météo	
REGIE PUBLICITAIRE	REMICS & Cie	Rémi COLLARD remi@remicsetcompagnie.com 01 76 61 83 61	



1, quai du Point du Jour
92 656 Boulogne-Billancourt
Tél/Fax : 01 41 41 23 45 / 38 50
www.lci.tf1.fr



Société éditrice : La Chaîne Info
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/06/1994
Lancement de la chaîne : 01/06/1994

Forme juridique : S.C.S.
Capital : 4 500 000 €
Effectif : 210

THEMATIQUE	Information	
PUBLIC VISE	Tout public	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2016	4 500 heures
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	55 %
Part des différents genres de programmes	Information	100 %
PROGRAMMES PHARES	<i>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'Economie, Au Cœur des régions, Le Grand Jury LCI-RTL-Le Figaro</i>	
ACTIONNAIRE(S)	TF1 S.A.	100 %
ORGANIGRAMME	Directeur général Directeur de la rédaction Responsable de la communication Responsable des ressources humaines	Thierry THUILLIER Eric MONIER Virginie DUVAL Thomas BERNAT
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL, Apple TV et les mobiles	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, Guyane, Réunion, Mayotte, Nouvelle-Calédonie, Tahiti	Canal Overseas, Orange Caraïbes, SFR Caraïbes, SFR Réunion, Parabole Réunion, ZEOP, Telenet, InternetNC, Can'l, Vini
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Afrique Suisse Belgique Luxembourg Monaco Liban	Canal+ Afrique, Startimes, Malivision, Maroc Telecom, Blueline Swisscom, UPC Cablecom, Naxoo, Netbox, Netplus Proximus TV, Be TV, Voo, SFR Belgique, Numericable Belgique, Telenet, Telesat M7 Nombreux câblo-opérateurs 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 facebook.com/LCI TWITTER @LCI	YOUTUBE LCI
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 PUBLICITE	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	<i>Politique Matin, Ça vous regarde, Questions d'Info, Questions d'actualité, Entre les lignes, Grand Ecran, Droit de suite, Flash Talk, LCP Le Mag.</i>	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2018	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	Marie-Eve MALOUINES 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, DAILYMOTION LCP	TWITTER @LCP

M6

89, avenue Charles de Gaulle
92 200 Neuilly-sur-Seine
Tél/Fax : 01 41 92 66 66 / 10
www.m6.fr



Société éditrice : Métropole Télévision SA
Convention CSA : oui

Forme juridique : S.A. à directoire et conseil de surveillance

Création de la chaîne : 01/03/1987
Lancement de la chaîne : 01/03/1987

Capital : 50 565 699,2 €
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 ; etc.	
ACTIONNAIRE(S)	RTL Group Groupe Compagnie nationale à portefeuille Actionnariat flottant Auto détention FCP Salariés Groupe M6	48,26 % 7,24 % 43,35 % 0,33 % 0,16 %
SOURCES DE FINANCEMENT	NC	
ORGANIGRAMME	Président du Directoire Vice-Président du Directoire en charge des antennes et des contenus Vice-Président du Directoire en charge de la radio et de l'information (hors magazines) Membre du Directoire en charge de la finance et des métiers de support Membre du Directoire en charge des activités commerciales et du développement Directeur général des programmes M6 Directeur des acquisitions Directrice juridique Directeur des ressources humaines et de l'organisation	Nicolas de TAVERNOST Thomas VALENTIN Christopher BALDELLI Jérôme LEFEBURE David LARRAMENDY Frédéric de VINCELLES Bernard MAJANI Nathalie-Camille MARTIN Christophe FOGLIO
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 PUBLICITE	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 2018		140 heures
PROGRAMMATION	Part des différents genres de programmes		
	Téléachat	100 %	
ACTIONNAIRE(S)	M6 interactions		99,76 %
	Autres filiales Groupe M6		0,24 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Téléachat		100 %
ORGANIGRAMME	Directeur général		Ronan de FRESSENEL
	Directrice générale adjointe		Isabelle FOURNIER
	Directrice d’antenne et des programmes		Monique PARMENTIER
	Communication et marketing		Sophie GRANGÉ
	Production		Monique PARMENTIER
	Juridique		Myriam GUILI
	Produits		Frédérique THIBAUT
	Ventes		Nadège GOSSELIN
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		INSTAGRAM
	M6BoutiqueOfficiel/		m6boutique_officiel/
	YOUTUBE		
	m6boutiqueandco		

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 Directrice Directrice adjointe - Directrice unité Musique Programmateur musical M6 Music et W9 Chargé d’antenne	Thomas VALENTIN Isabelle PRATLONG Delphine RAISIN Laurent BITTON 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	NON	OUI
	Telecom		
	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 RATRAPAGE	TELEVISEUR 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 PUBLICITE		

MANGAS

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

Société éditrice : AB Thématiques
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/09/1996
Lancement de la chaîne : 01/09/1996

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

THEMATIQUE	Animation japonaise			
PUBLIC VISE	Jeunes adultes			
PROGRAMMES PHARES	Dragon Ball Z ; 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 Directeur général adjoint 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	
	Bouygues	NON	OUI - Grand Angle	
	Orange	NON	OUI - Famille By Canal / Famille	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR OUI	INTERNET OUI		
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON		
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK Mangas la chaîne	TWITTER @LaChaîneMangas		
REGIE PUBLICITAIRE	RÉGIS, publicité et opérations spéciales	David BYWALSKI david.bywalski@groupe-ab.fr 01 49 17 24 19		

THEMATIQUE	Musical/Divertissement		
PUBLIC VISE	Jeunes hommes 15-34 ans		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2018	10 heures	
PROGRAMMES PHARES	Futurama, Family Guy, The late late show de James Corden, Le burger du mois, Joe & Nico, etc.		
PROGRAMMATION			
Part des différents genres de programmes	Fiction	10 %	
	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 du Pôle TV	Jean-René AUCOUTURIER	
	Directeur de la musique	Joey COUPE	
	Directrice des programmes	Patricia FONTENAS	
	Directrice de la production	Magali TORRICE-VINCON	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	OUI	NON
	Orange	NON	OUI
Câble	Numericable	NON	OUI
ADSL	CanalSat DSL	OUI	NON
	Orange	NON	OUI
	Bouygues Telecom	OUI	NON
	Free	NON	OUI
	SFR	NON	OUI
Mobile / 3G	Orange, Bouygues Telecom, CanalSat Mobile	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Caraïbes, Réunion, Martinique, Guadeloupe, Mayotte		CanalSat, Numericable
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique, Suisse, Madagascar, Ile Maurice, Algérie, Maroc, Tunisie, Haïti, Monaco, République Dominicaine, Suriname		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR mycanal, Free, Orange, SFR	INTERNET Mycanal.fr	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Mycanal, SFR	TABLETTE mycanal	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK MCM (officiel) et @chaîneMCM TWITTER MCM	YOUTUBE, GOOGLE+ MCM La chaîne INSTAGRAM mcmv	
REGIE PUBLICITAIRE	LAGARDERE PUBLICITE	Marie RENOIR-COUTEAU Marie.renoircouteau@lagardere-pub.com 01 41 34 97 10	

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	Vidéoclips	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 du 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 RATRAPAGE	TELEVISEUR NON	INTERNET NON	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON	
REGIE PUBLICITAIRE	LAGARDERE PUBLICITE		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 exclusives, 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 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 Suisse Luxembourg Monaco	Proximus, SFR, BE.TV, CanalSat, Net+, Citycable POST.LU Monaco Telecom
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :		MOBILE Application MELODY	TABLETTE Application MELODY
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE		TELEVISEUR CanalSat, Orange, free	INTERNET www.melody.tv
RESEAUX SOCIAUX		FACEBOOK Melody	
REGIE PUBLICITAIRE		FRANCE TELEVISIONS PUBLICITE	Nathalie CLEMENCEAU nathalie.clemenceau@francetvpub.fr 01 56 22 62 00

MELODY D'AFRIQUE

9, rue Archimède
59 650 Villeneuve d'Ascq
Tél/Fax : 03 28 37 04 04
www.melody.tv



Société éditrice : S.A.S. Harmony
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/07/2001
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 %	
	Autres	10 %	
ACTIONNAIRE(S)	S.A.S. Harmony	100 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	4 %	
	Autres ressources	96 %	
ORGANIGRAMME	Président	Bruno LECLUSE	
	Directeur général	Jérôme DUTOIT	
	Programmatrice	Binetou SYLLA	
	Directeur commercial	Bertrand JOLIVET	
	Responsable programmation musicale	Stanislas DUTILLIEUX	
	Chef d’antenne	Cédric MOUFLARD	
	Conducteur d’antenne	Mathieu FOURMENT	
	Responsable 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	TELEVISEUR	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 – 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 mensup.france	TWITTER mensup_france	
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 des chaînes : 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 2018	350 heures	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Part de programmes inédits	26 %	
	Documentaires et magazines	5 %	
	Spectacle vivant	90 %	
	Autres	5 %	
ACTIONNAIRE(S)	Lagardère Active	60 %	
	France Télévisions	40 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Abonnements	93 %	
	Autres ressources	7 %	
ORGANIGRAMME	Président-Directeur Général	Richard LENORMAND	
	Directrice déléguée du Pôle TV	Caroline COCHAUX	
	Directeur	Christophe WINCKEL	
	Responsable des programmes	Rose-Hélène DUCASSOU	
	Directrice artistique	Anne CHOSSON	
	Responsable des programmes classiques	Pablo GALONCE	
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 RATRAPAGE	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 isabelle.pasquesoone@mezzo.fr 01 56 36 51 18	

MON SCIENCE & VIE JUNIOR (Application)

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

Société éditrice : AB Thématiques
Convention CSA : non
Création de la chaîne : 31/03/2016

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

THEMATIQUE	Documentaires - Magazines
-------------------	---------------------------

PUBLIC VISE	Jeunesse
--------------------	----------

THEMATIQUE	<i>Mathéma ; Les chroniques de Dr Nozman ; L'Esprit Sorcier, le mag.</i>
-------------------	--

PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires et magazines	100 %
---	----------------------------	-------

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

ORGANIGRAMME	Directrice générale GROUPE AB Directeur général adjoint 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 Isabelle GRILLOT Katia DEPARIS
---------------------	--	---

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Orange	NON	OUI - Famille
ADSL	Bouygues Orange	NON	Abonnés Bbox Miami OUI - Famille
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE OUI		TABLETTE OUI
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR NON		INTERNET NON
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK monsvj.fr		TWITTER @MonSVJ

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	2broke Girls ; Richissitude ; 17 Ans Et Maman ; Ridiculous ; Les menteurs Et Les Lovers ; Ex On The Beach ; Are You The One ; Geordie Shore ; Just Tatoo Of Us ; Mtv Ema ; Mtv Video Music Awards, etc.		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2018	>100 heures / an (hors production en France)	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Programmes inédits	> 350 heures / an	
	MTV		
	Fiction - Tv Réalité	95 %	
	Spectacle vivant	5 %	
	MTV HITS		
	Spectacle vivant	30 %	
	Vidéoclips	70 %	
ACTIONNAIRE(S)	Viacom	100 %	
ORGANIGRAMME	Gérant	Thierry CAMMAS	
	Directeur	Jean-Marc DUPIRE	
	Directeur des programmes et des antennes	Mathias ABIKER	
	Directeur programmation musicale et conduite antenne	Raphael DA SILVA	
	Directeur communication/marketing/promotion	Nicolas BESNIER	
	Directeur digital	Nicolas DOMONT	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	OUI	NON
Câble	SFR-Numericable, Regicom, Vialis etc...	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, Canal Overseas	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE MyCanal, SFR TV	TABLETTE MyCanal, SFR TV	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR MyCanal, SFR-Numericable	INTERNET MyCanal, SFR-Numericable	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK mtv.france TWITTER, INSTAGRAM @MTVFR	SNAPCHAT DISCOVER MTV	
REGIE PUBLICITAIRE	VIACOM INTERNATIONAL MEDIA NETWORKS Advertising & Brand Solutions	Philippe LARRIBAU - Directeur Philippe.larribau@vimn.com	

MUSEUM

Tél/Fax : 09 72 64 83 71
www.Museumtv.art



Société éditrice : SAS MEDIART
Convention CSA : 2017
Création de la chaîne : 2017
Lancement de la chaîne : avril 2017

Forme juridique : SAS
Capital : 201 929 €
Effectif : 9

THEMATIQUE	Chaîne dédiée à l'art		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMES PHARES	<i>Art News, Art Quiz, Sketchbook, Photo Contest, Travelers, Visite Privée, Une journée particulière, My Little Museum...</i>		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Divertissements	20 %	
	Documentaires	70 %	
	Cinéma	1 %	
	Information	9 %	
ACTIONNAIRE(S)	MEDIART	100 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	5 %	
	Autres ressources	95 %	
ORGANIGRAMME	Président Directeur Général	Bruno LECLUSE	
	Directeur général	Sébastien MEYSSAN	
	Responsable des productions	Charles LAVILANIE	
	Responsable de la programmation	Vincent DELATTRE	
	Responsable digital	Alicia FLIPO	
	Communication et presse	Juliette MALAFOSSE-BARDIN	
	Marketing et partenariats	Marie JOLY	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal exclu		
Câble	-	-	-
ADSL	-	-	-
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Russie, Ukraine, Afrique Sub-Saharienne		
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR	myCANAL/CANALALADEMANDE		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	myCANAL/CANALALADEMANDE		
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK, TWITTER, INSTAGRAM		
REGIE PUBLICITAIRE	CANAL		

MY ZEN TV



Société éditrice : SAS Cofites
Convention CSA : 2017
Création de la chaîne : 2008
Lancement de la chaîne : 2008

Forme juridique : SAS
Capital : 100 040 €
Effectif : 4

THEMATIQUE	Lifestyle		
PUBLIC VISE	Femmes 25-40 ans		
PRODUCTION	45 % de la grille		
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	50 %	
PROGRAMMES PHARES	MyZen Trendy, Dream Garden, Yoga Girls, Yoga, Herbarium, Maisons Zen		
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	0 %	
	Autres ressources	100 %	
ORGANIGRAMME	Président Directeur Général	Bruno LECLUSE	
	Direction générale	Nela PAVLOUSKOVA	
	Direction d’antenne	Jonathan SEDIVY	
	Distribution manager	Wen ZHU	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Opérateur CANAL et Orange	OUI NON	
Câble	Bouygues	NON	
ADSL	Numericable /SFR	NON	
	Vialis	NON	
	Free		
OTT	Cellfish	OUI	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI		
DIFFUSION HORS DE FRANCE	49 pays sur tous les continents		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Canal, Orange, Free	INTERNET OUI	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE MyZen TV	TABLETTE MyZen TV	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK MyZen TV	TWITTER MyZen TV	

NATIONAL GEOGRAPHIC

Calle 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	Cosmos, Mars, Air Crash, Megastructures, Story of God with Morgan Freeman, Trésors sous les mers, Car SOS, etc		
PROGRAMMATION			
Part des différents genres de programmes	Documentaires	100 %	
ACTIONNAIRE(S)	Fox Networks Group (UK) Ltd.	100 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	12 %	
	Abonnement	84 %	
	Autres ressources	4 %	
ORGANIGRAMME	Directeur général	Olivier BRAMLY	
	Directrice des programmes	Paloma MARTIN	
	Juridique	Marta SORIA	
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	NON	OUI
	Orange	NON	OUI
	Bouygues Telecom	NON	OUI
	SFR	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	DROM POM COM	Canal+ International, Parabole Réunion, Vini, C&W Seychelles, Mauritius Telecom, CAN'L	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Luxembourg Monaco 27 pays d'Afrique	Proximus, BeTV/VOO, Orange, Telenet Swisscom, Net Dream, etc. Tango Monaco Telecom 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.mycanal.fr...)	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE OUI	TABLETTE OUI	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK NatGeoFrance/ INSTAGRAM natgeochannel_france/ TWITTER NatGeoFrance	YOUTUBE NatGeoTVFrance DAILYMOTION Nat-Geo-Channel-FR	
REGIE PUBLICITAIRE	FRANCE TELEVISIONS PUBLICITE	Nathalie DINIZ CLÉMENCEAU nathalie.clemenceau@francetvpub.com	

NATIONAL GEOGRAPHIC WILD

Calle 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	<i>Destination Wild, Docteur Pol, Un Monde Mortel, Le royaume Sauvage, Hostile Planet</i>		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires	100 %	
ACTIONNAIRE(S)	Fox Networks Group (UK) Ltd.	100 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	8 %	
	Abonnement	87 %	
	Autres	5 %	
ORGANIGRAMME	Directeur général	Olivier BRAMLÉ	
	Directrice des programmes	Paloma MARTIN	
	Juridique	Marta SORIA	
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	NON	OUI
	Orange	NON	OUI
	Bouygues Telecom	NON	NON
	SFR	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	DROM POM COM	Canal+ International, Parabole Réunion, Vini, C&W Seychelles, Mauritius Telecom, CAN'L	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Luxembourg Monaco 27 pays d'Afrique	Proximus, BeTV/VOO, Orange, Telenet Swisscom, Net Dream, etc. Tango Monaco Telecom 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.mycanal.fr...)	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE OUI	TABLETTE OUI	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK natgeowildFR/ INSTAGRAM natgeowild_france TWITTER NatGeoWildFr	YOUTUBE NatGeoTvWild DAILYMOTION Nat-Geo-Wild-FR	
REGIE PUBLICITAIRE	FRANCE TELEVISIONS PUBLICITE	Nathalie DINIZ CLEMENCEAU nathalie.clemenceau@francetvpub.com	

NICKELODEON
MON NICKELODEON JUNIOR
NICKELODEON JUNIOR
NICKELODEON
NICKELODEON TEEN

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

Société éditrice : Viacom International Media Networks France

Convention CSA : non

Création de la chaîne : 1979

Lancement des chaînes : Nickelodeon: 2005

Nickelodeon Junior: 2010, Mon Nickelodeon Junior: 2012, Nickelodeon4Teen: 2014

Forme juridique : S.A.R.L.

Capital : 8 000 €

Effectif : >100

THEMATIQUE	Jeunesse		
PUBLIC VISE	Mon Nickelodeon Junior : 2-5 ans, CSP+ / Nickelodeon Junior : 3-7 ans / Nickelodeon : 7-12 ans garçons / Nickelodeon Teen : 8- 14 ans filles		
PROGRAMMES PHARES	Nickelodeon Junior et Mon Nickelodeon Junior: <i>Paw Patrol : La Pat' Patrouille, Blaze et les Monster Machines, Shimmer & Shine, Dora l'exploratrice, Alvinnn !!! et les Chipmunks</i> Nickelodeon : <i>Bob l'éponge, Bienvenue chez les Loud, Les Thunderman, Les Tortues Ninja, Henry Danger, Les Lapins Crétins : Invasion</i> Nickelodeon Teen : <i>Les Mystères d'Hunter Street, L'Apprentie Maman, Sam & Cat, Victorious, iCarly, Les Kids Choice Awards, Lip Sync Battle Kids : le meilleur playback</i>		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour les chaînes en 2018	> 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 production Directrice juridique Directrice des études	Thierry CAMMAS Pierre HERGAUT Teddy RANSAY Nicolas BESNIER Nicolas DOMONT Karine SEVRRAIN Céline FERTE Muriel FERRERO	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	OUI	NON
Câble	SFR-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 Canal Overseas Monaco Telecom, Canal	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR	MOBILE MyCanal, SFR-TV	TABLETTE MyCanal, SFR-TV	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Canal, SFR-Numericable	INTERNET MyCanal, SFR-Numericable	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK nickelodeonfrance / nickelodeonjunior	TWITTER @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. http://non-stop-tv.fr/



Société éditrice : Non Stop Edition
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : novembre 2012
Lancement de la chaîne : novembre 2012

Forme juridique : S.A.S
Capital : 19 000 €
Effectif : 35

THEMATIQUE	Information people		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMES PHARES	Morandini Live, Good Morning People, Le Debrief		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2018	1 500 heures	
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	100 %	
	Part des différents genres de programmes	Information	90 %
		Magazine / Talk-Show	10 %
ACTIONNAIRE(S)	BANIJAY France	50 %	
	Mediatic System	50 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	5 %	
	Abonnements	95 %	
ORGANIGRAMME	Président Marketing / Développement Production	Hugues DANGY Isabelle MELLINGER Nicolas CAMBOURNAC	
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 Nouvelle-Calédonie Maroc Liban Luxembourg	ZEOP GOTV Maroc Telecom Rights & Rights Post Luxembourg “Bouquet Dynamique”	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR CANAL à la demande sur les box CANAL Dans l’univers CANAL A LA DEMANDE chez les FAI (FREE, BTEL, Orange, SFR) Dans le replay d’Orange et de FREE en wholesale (offres Famille et TV by CANAL)	INTERNET Sur MyCANAL	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Appli MyCANAL Apple TV	TABLETTE Appli MyCANAL Apple TV	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK Non Stop People INSTAGRAM nonstoppeopleofficiel	TWITTER @NonStopPeople	
DEVELOPPEMENT 2019	Nouvelles zones de distribution VF.		
REGIE PUBLICITAIRE ANTENNE+WEB	CANAL	Arnaud DAUBE (01 71 35 55 52) Arnaud.daube@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	<i>Crimes, Les Anges, The Big Bang Theory, The Middle, Héritages, Crimes et Faits divers la quotidienne</i>	
ACTIONNAIRE(S)	NRJ GROUP	100 %
ORGANIGRAMME	Gérant Directrice de la stratégie programmation et acquisitions Directrice de la communication Pôle TV et des relations publiques NRJ Group Directrice des relations presse NRJ Group Directeur des productions	Guillaume PERRIER Céline CHANAT Candice de SAINT PERN 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 TNTSat et de Fransat.	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR NRJ 12 Replay disponible sur Free, SFR, SFR Fibre, Orange, Bouygues Telecom et téléviseurs connectés HbbTV INTERNET http://www.nrj-play.fr/nrj12	TABLETTE NRJ 12 Replay disponible sur iOS, Android
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK NRJ 12 TWITTER @nrj12lachaîne	INSTAGRAM nrj12lachaîne
REGIE PUBLICITAIRE	NRJ GLOBAL www.nrjglobal.com	Laurence BUQUET lbucquet@nrjglobal.fr 01 40 71 44 06

NRJ HITS

46-50, avenue Théophile Gautier
75 203 Paris cedex 16
Tél/Fax : 01 40 71 39 29 / 34 92
www.nrj-play.fr/nrj-hits

Société éditrice : NRJ 12

Convention CSA : oui

Création de la chaîne : 2007

Lancement de la chaîne : 2007

Forme juridique : S.A.R.L.

Capital : 15 390 000 €

THEMATIQUE	Musique	
PUBLIC VISE	Jeunes et jeunes adultes, entre 15 et 34 ans	
ACTIONNAIRE(S)	NRJ GROUP	100 %
ORGANIGRAMME	Gérant Directeur de la programmation musicale Responsable adjoint programmation musicale Directrice de la communication Pôle TV et des relations publiques NRJ Group Directrice des relations presse NRJ Group	Guillaume PERRIER Jérémy COURTYTERA Morgan REGEL Candice de SAINT PERN 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 Nrjhitslachaîne	TWITTER @nrjhitslachaîne
REGIE PUBLICITAIRE	NRJ GLOBAL www.nrjglobal.com	Laurence BUQUET lbucquet@nrjglobal.fr 01 40 71 44 06

OCS
(OCS Max, OCS City,
OCS Choc, OCS Géants)

44, avenue de la République
CS 50010 / 92 326 Châtillon cedex
Tél/Fax : 01 57 39 56 78
www.ocs.fr



Société éditrice : OCS SNC
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 07/11/2008
Lancement de la chaîne : 13/11/2008

Forme juridique : S.N.C.
Capital : 75 002 499 €
Effectif : 62

THEMATIQUE	Cinéma et séries		
PUBLIC VISE	Amateurs de séries et de cinéma		
PROGRAMMES PHARES	Cinéma (<i>La ch'tite famille, Blade Runner 2049...</i>), séries (<i>Game of Thrones, The Walking Dead, The Handmaid's Tale, Missions, Nu...</i>), programmes de flux (<i>Story Movies, Story Séries, Court Central...</i>)		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2018	100 heures	
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	60 %	
Part des différents genres de programmes	Fiction	20 %	
	Cinéma	70 %	
	Documentaires et magazines / Animation	7 % / 3 %	
ACTIONNAIRE(S)	Orange TV Participations	66,66 %	
	Multithématiques S.A.S.	33,33 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Abonnements	100 %	
ORGANIGRAMME	Président	Serge LAROYE	
	Représentant du gérant	Guillaume JOUHET	
	Directeur des programmes	Boris DUCHESNAY	
	Directrice des antennes	Audrey LE MOULLEC	
	Directrice juridique	Marie de VIVIES	
	Directeur financier	Abdelkalek GOUGAM	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Orange, Canal, Fransat,	NON	A la carte - Pack
	Tahiti Nui Satellite (Vini)	NON	A la carte - Pack
Câble	SFR-Numericable, Vialis	NON	A la carte - Pack
ADSL/Fibre	Orange, Canal, SFR-Numericable,	NON	A la carte - Pack
	Bouygues	NON	A la carte - Pack
	Free, Monaco Telecom	NON	A la carte
	Swisscom, My.T (Mauritius Telecom)	NON	A la carte - Pack
	Vini, Vialis/Videofutur/Wibox (RIP)	NON	A la carte - Pack
Mob/Internet	Orange, OCS, SFR-Numericable, Bouygues, Free, Canal, Playstation, Molotov, Monaco Telecom, Vialis/Videofutur/Wibox, Swisscom		
DIFFUSION DANS LES DROM/POM/COM et autres territoires	La Réunion, Mayotte, Guadeloupe, Martinique, Guyane, Saint-Martin, Saint Barthélemy, Tahiti, Nouvelle-Calédonie, Suisse, Monaco	Orange, Tahiti Nui Satellite (Vini), Parabole Réunion, Canal+ Réunion/Caraïbes/Nouvelle-Calédonie, World Satellite Guadeloupe et Martinique TV Câble (SFR-Numericable), ZEOP.	
	Ile Maurice	Parabole Maurice, My.T, Canal+ Maurice.	
	Suisse	Swisscom/Teleclub.	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE	TABLETTE	
	OCS sur Appstore et GooglePlay, Win10, TV (Apple TV, Smart TV Samsung et Android TV)	OCS sur Appstore et GooglePlay, Win10	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR	INTERNET	
	OCS Go sur les distributeurs, Chromecast,	www.ocs.go.fr	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK	TWITTER	
	OCS	@OCSTV	

OL TV

Groupama Stadium
10, avenue Simone Veil
CS 70712 69 153 Decines cedex
Tél : 04 81 07 46 02
Mail : oltv@ol.fr
www.olweb.fr

Société éditrice : OL IMAGES
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 08/10/2004
Lancement de la chaîne : 27/07/2005

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 37 000 €
Effectif : 20

THEMATIQUE	Sport		
PUBLIC VISE	Tout public supporter de l'Olympique Lyonnais ou amateur de football, de sport en général		
PROGRAMMES PHARES	OL Access, OL Infos, Avant et Après match, matchs de L1, matchs européens, matchs de Coupe de France, matchs de coupe de la Ligue, matchs féminins, matchs des équipes de jeunes, les conférences de presse en direct, Sur la Route, L'Extra...		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2016	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	Harry MOYAL	
	Directeur des programmes et production	Alexa THILLE	
	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, SFR		
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	LAGARDERE SPORT	Virginie ADNET vadnet@ol.fr 04 81 07 47 62	

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 2018	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	50 %	
	RC LENS	50 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Autres ressources	100%	
ORGANIGRAMME	Président	Jean-Michel ROUSSIER	
	Producteur exécutif	Jean-Michel ROUSSIER	
	Directeur de l’antenne	François STEFFEN	
	Directrice administrative et financière	Nadia BOUNOUAR	
	Responsable communication et réseaux sociaux	Steeven DEVOS	
	Animateur	Jerrély ROUSSEAU	
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 Onzéo Officiel TWITTER @Onzeotv	DAILYMOTION 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.		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2018	> 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 Directeur des programmes Responsable programmation Directeur promotion/communication/marketing Directeur digital Directrice production Directrice juridique Directrice des études	Thierry CAMMAS Pierre HERGAUT André KOBTZEFF Nicolas BESNIER Nicolas DOMONT Karine SEVRAIN Céline FERTE Muriel FERRERO	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	NON	OUI
Câble	SFR-Numericable etc...	NON	OUI
ADSL	Canal, Orange, Bouygues Free, SFR-Numericable etc.	En fonction de l'opérateur	En fonction de l'opérateur
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Guadeloupe, Martinique, Réunion, Nouvelle-Calédonie	Canal+ Antilles, MTVC, WSG, OMT, ZEOP Canal+ Nouvelle-Calédonie	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Monaco Suisse Maroc Algérie, Tunisie Afrique Subsaharienne	Coditel Orange, Canal Netplus Maroc Telecom, AB SAT, MY HD MEDIA Canal Overseas	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Appli Paramount Channel, MyCanal, SFR-TV, Orange TV	TABLETTE Appli Paramount Channel, MyCanal, SFR TV, B.TV, Orange TV	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Canal, SFR-Numericable, Bouygues, Orange, Free	INTERNET MyCanal, SFR-Numericable, Bouygues, Orange, Free	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK Paramount.channel.france TWITTER @PARAMOUNT_TVFR	INSTAGRAM @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, Chez Moix, J'ai un ticket...		
ACTIONNAIRE(S)	Groupe M6	100 %	
ORGANIGRAMME	Président Directrice générale DGA sports et opérations spéciales Responsables éditoriales Directrice des productions Responsable de la programmation Responsable communication Responsable partenariats et relations publiques Chargées de communication Responsable artistique Responsable d'antenne Responsable des productions	Philippe BONY Catherine SCHÖFER Fabrice CLÉMENT Priscilla HUET, Armelle DURUPT Muriel PEYROT Martin TRAMONT Sophie MICHARD Clélia JOLY Amélie BOISSEAU, Florence SOMMIER Yann OLEJARZ Delphine POMMAT Joël ISCLA	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	TNT payante (tranche en clair de 18h30 à 21h00 tous les jours et de 10h00 à 13h00 les samedis et dimanches ; CanalSat)		
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	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 6play	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE 6play	TABLETTE 6play	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK Paris Premiere	TWITTER @ParisPremiere	
REGIE PUBLICITAIRE	M6 PUBLICITE	Frédérique REFALO frefalo@m6.fr	

PIWI+

1, place du Spectacle
92 863 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél : 01 71 35 35 35
www.piwiplus.fr / www.mycanal.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	Président du Directoire du Groupe CANAL+ Dga du Groupe CANAL+, en charge de la France Dg des antennes du Groupe CANAL+ Dga antenne et programmes payants Directrice du pôle jeunesse Responsable éditorial préachats et coproductions Responsable éditorial des chaînes Piwi+ et Télétoon+ Responsable des acquisitions jeunesse Responsable des productions et des développements de programmes jeunesse Responsable promotion partenariats	Maxime SAADA Frank CADORET Gérald-Brice VIRET Jean-Marc JURAMIE Audrey BRUGERE Sophie BOE Chrystel MUSSY-MASUCCI Géraldine SOTO Nathalie LEFFRAY Amandine HEROUT	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	PANORAMA	Pack les chaînes FAMILY / INTEGRALE
Câble	Vialis	PANORAMA	Pack les chaînes FAMILY / INTEGRALE
ADSL	Canal	PANORAMA	Pack les chaînes FAMILY / INTEGRALE
OTT	CANAL	PANORAMA	Pack les chaînes FAMILY / INTEGRALE
DIFFUSION DANS LES DROM/POM/COM/TOM Via CANAL+ International	Réunion, Mayotte, Caraïbes Nouvelle-Calédonie Polynésie	Canal Canal Vini	
DIFFUSION HORS DE France	Suisse (via CANAL+ Suisse) Belgique Afrique (via CANAL+ International)	Canal, UPC Cablecom, Swisscom, Net+ Voo BeTV Canal, Parabole Maurice & Madagascar	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR myCANAL TV connectées	INTERNET myCANAL	
DIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE myCANAL TV connectées	PC, TABLETTE myCANAL	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK piwiofficielgroupecanal/mycanal INSTAGRAM mycanalkids/	DAILYMOTION piwiplus	
REGIE PUBLICITAIRE	CANAL+ BRAND SOLUTIONS	Francine MAYER francine.mayer@canal-plus.com	

PLANÈTE+

1, place du spectacle
92 823 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél : 01 71 35 35 35
www.planetepius.com
www.mycanal.fr



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	Président du Directoire du Groupe CANAL+	Maxime SAADA	
	Directeur général adjoint du Groupe CANAL+, en charge de la France	Frank CADORET	
	Directeur général des antennes du Groupe CANAL+	Gérald-Brice VIRET	
	Directeur général adjoint antenne et programmes payants	Jean-Marc JURAMIE	
	Directrice des chaînes Découverte et des Documentaires	Christine CAUQUELIN	
	Responsable éditorial	Olivier AGOGUE	
	Directeur des antennes chaînes Découverte	Bruno TALLUT	
	Directrice des acquisitions	Isabelle ANTRAYGUE	
	Directrice de la communication Groupe CANAL+	Laurence GALLOT	
	Chargée de communication chaînes Découverte	Guillemette BERARD	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
TNT	Canal	PANORAMA	Pack chaînes FAMILY / INTEGRALE
Satellite	Canal	PANORAMA	Pack chaînes FAMILY / INTEGRALE
Câble	SFR ET DARTY BOX	PANORAMA	Pack chaînes FAMILY / INTEGRALE
Mobile / 3G	Canal Mobile via My Canal	PANORAMA	Pack chaînes FAMILY / INTEGRALE
OTT	Canal	PANORAMA	Pack chaînes FAMILY / INTEGRALE
DIFFUSION DANS LES DROM/POM/COM/TOM	Caraïbes, Réunion, Mayotte, Nouvelle-Calédonie	Canal	
Via CANAL+ International	Polynésie	Vini	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique	Voo Be TV, SFR Belgique, Telesat	
	Suisse (via CANAL+ Suisse)	Canal Suisse, UPC Cablecom, Net+, SWISSCOM	
	Monaco (via CANAL+ France)	Monaco Telecom	
	Afrique (via CANAL+ International)	Canal Afrique, Maurice & Madagascar	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR	INTERNET	
	myCANAL	myCANAL	
DIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE	PC, TABLETTE	
	myCANAL	myCANAL	
	TV connectées		
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK	TWITTER	
	planetepiusfrance	@PlanetePlus	
	mycanal	@myCANAL	
REGIE PUBLICITAIRE	CANAL+ BRAND SOLUTIONS	Francine MAYER	
		Francine.mayer@canal-plus.com	

PLANÈTE+ Aventure & Expérience

1, place du spectacle
92 823 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél : 01 71 35 35 35
www.planetepius.com
www.mycanal.fr

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	Président du Directoire du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint du Groupe CANAL+, en charge de la France Directeur général des antennes du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint antenne et programmes payants Directrice des chaînes Découverte et des documentaires Responsable éditorial Directeur des antennes chaînes Découverte Directrice des acquisitions Directrice de la communication Groupe CANAL+ Chargée de communication chaînes Découverte	Maxime SAADA Frank CADORET Gérald-Brice VIRET Jean-Marc JURAMIE Christine CAUQUELIN Benoît ILLES Bruno TALLUT Isabelle ANTRAYGUE Laurence GALLOT Guillemette BERARD	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	PANORAMA	Pack chaînes FAMILY/ INTEGRALE
Câble	SFR et Darty Box	PANORAMA	Pack chaînes FAMILY/ INTEGRALE
ADSL	Canal	PANORAMA	Pack chaînes FAMILY/ INTEGRALE
Mobile / 3G	Canal Mobile via My Canal	PANORAMA	Pack chaînes FAMILY/ INTEGRALE
OTT	CANAL	PANORAMA	Pack chaînes FAMILY/ INTEGRALE
DIFFUSION DANS LES DROM/POM/COM/TOM Via CANAL+ International	Caraïbes, Réunion, Mayotte, Nouvelle-Calédonie Polynésie	Canal Vini	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse (via CANAL+ Suisse) Monaco (via CANAL+ France) Afrique (via CANAL+ International)	Voo, Be TV, SFR Belgique Canal Suisse, UPC Cablecom, Swisscom, Net+ Monaco Telecom Canal Afrique, Maurice & Madagascar	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR myCANAL	INTERNET myCANAL	
DIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE myCANAL TV connectées	PC, TABLETTE myCANAL	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK planetepiusaventureetexperience.mycanal	TWITTER @PlanetePlusAetE @myCANAL	
REGIE PUBLICITAIRE	CANAL+ BRAND SOLUTIONS	Francine MAYER Francine.mayer@canal-plus.com	

PLANÈTE+ Crime Investigation

1, place du spectacle
92 823 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél : 01 71 35 35 35
www.planeteplus.com
www.mycanal.fr

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	Président du Directoire du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint du Groupe CANAL+, en charge de la France Directeur général des antennes du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint antenne et programmes payants Directrice des chaînes Découverte et des documentaires Responsable éditorial Directeur des antennes Chaînes Découverte Directrice des acquisitions Directrice de la communication Groupe CANAL+ Chargée de communication chaînes Découverte	Maxime SAADA Frank CADORET Gérald-Brice VIRET Jean-Marc JURAMIE Christine CAUQUELIN Laurie DUMAS Bruno TALLUT Isabelle ANTRAYGUE Laurence GALLOT Guillemette BERARD	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	PANORAMA	Pack chaînes FAMILY / INTEGRALE
Câble	SFR ET DARTY BOX	PANORAMA	Pack chaînes FAMILY / INTEGRALE
ADSL	Canal	PANORAMA	Pack chaînes FAMILY / INTEGRALE
Mobile / 3G	Canal Mobile via My Canal	PANORAMA	Pack chaînes FAMILY / INTEGRALE
OTT	Canal	PANORAMA	Pack chaînes FAMILY / INTEGRALE
DIFFUSION DANS LES DROM/POM/COM/TOM Via CANAL+ International	Caraïbes, Réunion, Mayotte, Nouvelle-Calédonie		Canal
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Suisse (via CANAL+ Suisse) Belgique Afrique (via CANAL+ International)	Canal, UPC Cablecom, Swisscom, Net+ Voo BeTV Canal Afrique, Maurice & Madagascar	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR myCANAL	INTERNET myCANAL	
DIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE myCANAL TV connectées	PC, TABLETTE myCANAL	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK planetepuscrimeinvestigation mycanal	TWITTER @PlanetePlusCI @myCANAL	
REGIE PUBLICITAIRE	CANAL+ BRAND SOLUTIONS	Francine Mayer Francine.mayer@canal-plus.com	

PUBLIC SÉNAT

92, boulevard Raspail
75 006 Paris
Tél/Fax : 01 42 34 44 00 / 44 85
www.publicsenat.fr



Société éditrice : Public Sénat
Convention CSA : non
Création de la chaîne : 30/12/1999
Lancement de la chaîne : 25/04/2000

Forme juridique : S.A.
Capital : 120 000 €
Effectif : 73

THEMATIQUE	Information parlementaire et politique	
PUBLIC VISE	Tout public	
Sénat 360 PROGRAMMES PHARES	<i>On va plus loin, Sénat 360, Territoires d'infos, Le Journal des Territoires, Territoire Sénat, Livres et vous, Hashtag, Audition Publique, Le Magazine de l'emploi, Ma voix compte, Terra Terre, Europe Hebdo, Parlement Hebdo, Questions aux sénateurs</i>	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2018	1 800 heures
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Part de programmes inédits Documentaires et magazines Information	40 % 45 % 50 %
ACTIONNAIRE(S)	Sénat	100 %
ORGANIGRAMME	Président-Directeur Général Secrétaire générale, en charge de la transformation numérique Directeur des rédactions Directeur de l'antenne et des programmes Directrice de l'information parlementaire et des moyens de tournage Directrice de la communication et des partenariats Directeur de la production et des services supports	Emmanuel KESSLER Muriel SIGNOURET Albert RIPAMONTI Jean-Philippe LEFEVRE Perrine TARNEAUD Virginie DUVAL Cédric LAVEAU
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT, les box, le câble, le satellite, le web, les tablettes et les mobiles.	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Tous	Tous
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Via publicsenat.fr	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Molotov	TABLETTE Molotov
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Retour au début Box Orange	INTERNET publicsenat.fr Dailymotion Youtube
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK, TWITTER, YOUTUBE publicsenat	DAILYMOTION, INSTAGRAM, LINKEDIN publicsenat

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 : 23 000 000 €

THEMATIQUE	Téléachat principalement		
PUBLIC VISE	Tout public		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2018	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	Direction générale Direction des programmes et de l'antenne Direction de la communication et du marketing	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	

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	Vidéoclips	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	Denis OLIVENNES	
	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	
	Achats	Mathilde ESCAMILLA/Maud BRANLY	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal+	OUI	NON
	Orange	NON	OUI
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	Offres Canal+ DSL	OUI	NON
	Orange	NON	OUI
	Bouygues Telecom	OUI	NON
	Free	NON	OUI
	SFR	OUI	NON
Mobile / 3G	Orange, Bouygues Telecom, CanalSat Mobile	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Réunion, Nouvelle-Calédonie, Madagascar	CanalSat, Numericable, Canal+ Telecom	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Angola, Australie, Belgique, Estonie, Hongrie, Lettonie, Liban, Lituanie, Luxembourg, Madagascar, Malte, Maroc, Maurice, Moldavie, Monaco, Mozambique, Pays-Bas, Pologne, Portugal, Slovaquie, Suisse, Turquie, Vanuatu		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR NON	INTERNET Mycanal.fr	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON	
REGIE PUBLICITAIRE	LAGARDERE REGIE TV		Sophie RIVIERE

RMC DÉCOUVERTE

2, rue du Général Alain de Boissieu
Bât Est
75 015 Paris
Tél/Fax : 01 87 25 50 00
www.rmcdécouverte.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 2018	250 heures
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Part de programmes inédits	70 %
	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 Directeur des acquisitions Directrice des programmes et de la programmation	Alain WEILL Guenaëlle TROLY 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 RMC Découverte	TABLETTE RMC Découverte
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Orange, SFR, Free, Numericable (à venir)	INTERNET www.rmcdécouverte.bfmtv.com
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK RMC Découverte	TWITTER @rmcdécouverte
REGIE PUBLICITAIRE	NEXTREGIE	Pierre-Henry MEDAN rmcregie@rmcregie.fr 01 87 25 50 01

RMC SPORT 1

2, rue du Général Alain de Boissieu
75 015 Paris
Tél/Fax : 01 87 25 50 00



Société éditrice : SPORTSCOTV
Convention CSA : oui

Forme juridique : SASU
Capital : 1 000 €

THEMATIQUE	Sport	
PUBLIC VISE	Grand public	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2018 :	2 120 heures
PROGRAMMATION	100 % SPORTS	
PROGRAMMES PHARES	<u>Emissions</u> : PI Live, PI Zone, PI World, RMC Sport Zone, Champions Zone, RMC Europa Club, Europa Mag, Champions Weekly, Transversales, Breaking Sport, Le Vestiaire, Footissime, After Foot, Réveil Matin Céline, Rmc Matin Week End, Moscato Show. <u>Droits et événements sportifs</u> : football (UEFA Champions League, UEFA Europa League, Premier League, Liga Portugaise, Copa Libertadores) ; athlétisme (Diamond League, Meetings français) ; Boxe (Championnats du monde, WSB) ; Rugby (Premiership Rugby) ; Basket (EuroLeague / All Star Game)	
ACTIONNAIRE(S)	NextRadioTV	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Directeur général adjoint RMC SPORT Directeur des rédactions Directeur de production Responsable juridique Directeur de la communication	Alain WEILL Damien BERNET François PESENTI Laurent SALVAUDON Luc PANNIER Stéphanie CORBIERE Julien RIPPET
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION		
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE
Satellite	Canal+	NON
Câble	SFR - Numericable	NON
ADSL	SFR	NON
Mobile / 3G	SFR	NON
DIFFUSION DANS LES DOM TOM	Guadeloupe, Martinique, Guyane Saint-Barthélemy, Saint-Martin Réunion Nouvelle Calédonie, Wallis et Futuna Tahiti	SFR, Canal+ Antilles Canal+ Antilles SFR, Canal+ Réunion Canal+ Calédonie Vini
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Luxembourg Suisse Ile Maurice	Post Luxembourg Net +; version Access: Swisscom-Teleclub, UPC, Sunrise-Teleclub Mauritius Telecom-my.t, version Access : Parabole Maurice
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR SFR et Canal	INTERNET Application RMC SPORT
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE RMC SPORT	TABLETTE RMC SPORT
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK RMC Sport	TWITTER @RMCsport
REGIE PUBLICITAIRE	NEXT REGIE	comptaclients@nextregie.fr 01 87 25 50 01

RMC SPORT 2

2, rue du Général Alain de Boissieu
75 015 Paris
Tél/Fax : 01 87 25 50 00



Société éditrice : MCS
Convention CSA : oui

Forme juridique : SAS
Capital : 31 300 €

THEMATIQUE	Sport		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2018 :	750 heures	
PROGRAMMATION	100% SPORTS		
PROGRAMMES PHARES	<u>Emissions</u> : <i>Buzzer</i> (basket), <i>Meeting Privé</i> (athlétisme), <i>Entre les potos</i> (rugby), <i>Meeting Privé</i> (athlétisme) et <i>13^{ème} Round</i> (boxe). <u>Droits et événements sportifs</u> : Foot : UEFA Champions League, UEFA Europa League Rugby : Premiership Rugby, Test matches de l'équipe d'Angleterre Basket : Jeep® ÉLITE, Leaders Cup, All Star Game, EuroLeague, EuroCup, matchs internationaux équipes de France féminine et masculine, NCAA Foot : Liga portugaise Athlétisme : Diamond League, Meetings français		
ACTIONNAIRE(S)	SPORTSCOTV	100 %	
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Directeur général adjoint RMC SPORT Directeur des rédactions Direction de la production Responsable juridique Directeur de la communication	Alain WEILL Damien BERNET François PESENTI Laurent SALVAUDON Luc PANNIER Stéphanie CORBIERE Julien RIPPET	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	NON	OUI
Câble	SFR - Numericable	NON	OUI
ADSL	SFR	NON	OUI
Mobile/3G	SFR	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM TOM	Guadeloupe, Martinique, Guyane Saint-Barthélemy, Saint-Martin Réunion Nouvelle Calédonie, Wallis et Futuna Tahiti	SFR, Canal+ Antilles Canal+ Antilles SFR, Canal+ Réunion Canal+ Calédonie Vini	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Luxembourg Suisse Ile Maurice	Post Luxembourg, version Access : SFR Net +; version Access : Swisscom-Teleclub, UPC, Sunrise-Teleclub Mauritius Telecom-my.t, version Access : Parabole Maurice	
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR SFR et Canal	INTERNET Application RMC SPORT	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE RMC SPORT	TABLETTE RMC SPORT	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK RMC Sport	TWITTER @RMCsport	
REGIE PUBLICITAIRE	NEXT REGIE	comptaclients@nextregie.fr 01 87 25 50 01	

RMC SPORT 3

2, rue du Général Alain de Boissieu
75 015 Paris
Tél/Fax : 01 87 25 50 00



Société éditrice : Sportscotv
Convention CSA : oui

Forme juridique : SASU
Capital : 1 000 €

THEMATIQUE	Sport		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2018 :	1 202 heures	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Sport	100 %	
PROGRAMMES PHARES	<u>Emissions</u> : Horse Series, Equestrian World, Le concours du dimanche soir. <u>Droits et événements sportifs</u> : Equitation : Coupe du monde FEI, Coupe des Nations FEI Sports Extrêmes : X Games, Cliffdiving, Red Bull Air race Sports mécaniques : Super Enduro, ELM Sports Mécaniques Rugby : Premiership Rugby, Test Match de l'équipe d'Angleterre Basket : EuroLeague, EuroCup NCAA : Football Américain Universitaire, Basket Universitaire Football : Liga Portugaise, Premier League, UEFA Champions League, UEFA Europa League		
ACTIONNAIRE(S)	NEXTRADIOTV	100 %	
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Directeur général adjoint RMC SPORT Directeur des rédactions Directeur de production Responsable juridique Directeur de la communication	Alain WEILL Damien BERNET François PESENTI Laurent SALVAUDON Luc PANNIER Stéphanie CORBIERE Julien RIPPET	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	NON	OUI
Câble	SFR (NUMERICABLE)	NON	OUI
ADSL	SFR	NON	OUI
Mobile/3G	SFR	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM TOM	Guadeloupe, Martinique, Guyane Saint-Barthélemy, Saint-Martin Réunion	SFR, Canal+ Antilles Canal+ Antilles SFR, Canal+ Réunion	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Luxembourg Suisse Ile Maurice	Post Luxembourg Net +; version Access : Swisscom-Teleclub, UPC, Sunrise-Teleclub Mauritius Telecom-my.t, version Access : Parabole Maurice	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR SFR et Canal	INTERNET Application RMC SPORT	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE RMC SPORT	TABLETTE RMC SPORT	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK RMC Sport	TWITTER @RMCsport	
REGIE PUBLICITAIRE	NEXT REGIE	comptaclients@nextregie.fr 01 87 25 50 01	

RMC SPORT NEWS

2, rue du Général Alain de Boissieu
75 015 Paris
Tél/Fax : 01 87 25 50 00



Société éditrice : RMC Sport News
Convention CSA : oui

Forme juridique : SASU
Capital : 1 000 €

THEMATIQUE	Chaîne d'information sportive		
PUBLIC VISE	Grand public		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits en 2018	2 688 heures de flux 2 808 heures de stock	
PROGRAMMATION	Part des différents genres de programmes	Information sportive	100 %
PROGRAMMES PHARES	Réveil Matin Céline ; Team Duga ; Ici c'est Willy ; Entre les Potos ; After Foot ; RMC Football Show ; RMC Matin Weekend ; Les Grandes Gueules du sport ; Motors ; Les courses ; RMC Sport Show.		
ACTIONNAIRE(S)	NEXTRADIOTV	100 %	
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Directeur général adjoint RMC SPORT Directeur des rédactions Directeur de la production Directeur de la communication Responsable juridique	Alain WEILL Damien BERNET François PESENTI Rodolphe MASSE Luc PANNIER Julien RIPPET Stéphanie CORBIERE	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CANAL	NON	OUI
Câble	SFR - Numericable	NON	OUI
ADSL	SFR	NON	OUI
Mobile/3G	SFR	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM TOM	Guadeloupe, Martinique, Guyane Saint-Barthélemy, Saint-Martin Réunion	SFR, Canal+ Antilles Canal+ Antilles SFR, Canal+ Réunion	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Luxembourg Suisse Ile Maurice	SFR Net +; version Access : Swisscom-Teleclub, UPC, Sunrise-Teleclub Mauritius Telecom-my.t	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR SFR et Canal	INTERNET Application RMC SPORT	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE RMC SPORT	TABLETTE RMC SPORT	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK RMC Sport	TWITTER @RMCsport	
REGIE PUBLICITAIRE	NEXT REGIE	rmcregie@rmcregie.fr 01 71 19 11 71	

RMC STORY (ex Numéro 23)

2, rue du Général Alain de Boissieu
75 015 Paris
Tél: 01 87 25 85 00
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 : 17

THEMATIQUE	Généraliste – Traitant, à travers les histoires vraies, de toutes les diversités du monde	
PROGRAMMES PHARES	Productions propres : <i>Dans Quelle France on vit, Rien n'est impossible, Révélation, Indices, Les Grandes Gueules, Good Morning Business ;</i> Le Sport : UEFA Europa League ; Le Cinéma : <i>Indigènes, Le Baiser Mortel du Dragon, The Danish Girl...</i> ; Séries : <i>Un village Français, The Last Kingdom, The Closer, Il s'appelait Mandela...</i> ; Fictions unitaires représentatives de la diversité de la société française.	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2018	110 h
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Fiction - Cinéma Documentaires et magazines Jeux et divertissements Info Autres	30 % 52 % 1 % 2 % 15 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directrice générale Programmation Production Achats Communication et marketing Responsable du développement Directeur artistique	Alain WEILL Guenaëlle TROLY Samantha SCHMITT Rodolphe GUIGNARD Corentin GLUTRON Cindy DE OLIVEIRA Bruno DA COSTA OLIVEIRA Xavier VOLOTER
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	FAI et Dailymotion
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Andorre, Monaco	FAI et Dailymotion
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVEUSEUR SFR, Free, Bouygues, Orange	INTERNET www.numero23.fr
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK RMC Story/@rmcstorytv	TWITTER @rmcstorytv
REGIE PUBLICITAIRE	NEXT REGIE	Pierre-Henry MEDAN

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

Top Models, Stargate SG1, Vanilla Sky, Looper, The Tourist, R.I.P.D Brigade Fantôme.

PROGRAMMATION

Part de programmes inédits

10 %

Part des différents genres de programmes

Fiction

Cinéma

Documentaires et magazines

45 %

50 %

5 %

ACTIONNAIRE(S)

AB Entertainment

99 %

RTL9 S.A.

1 %

ORGANIGRAMME

Membres du conseil d'administration de RTL9 SA

Directeur de l'antenne

Directeur digital et distribution des chaînes

Directeur de la programmation et de l'antenne des chaînes Divertissement

Directrice marketing et communication

Responsable éditoriale

Attachée de presse

Pierre-Antoine CAPTON, Richard MAROKO

Laurent ALTIDE

Vincent GRYNBAUM

Jean CHENNETIER

Cécile BRINO

Anaïs MAYENSON

Monique DIOUF

RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION

RESEAU

OPERATEUR

BOUQUET DE BASE

BOUQUET EN OPTION

Satellite

Canal

NON

OUI - Les Chaînes Family / TV By Canal

BIS TV

NON

OUI - Panorama

Orange

NON

OUI - Famille / Famille By Canal

ADSL

Free, Bouygues

OUI

NON

SFR

OUI (Starter)

NON

Orange

NON

OUI - Famille By Canal / Famille

REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :

MOBILE

TABLETTE

NON

NON

SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE

TELEVISEUR

INTERNET

OUI

OUI

RESEAUX SOCIAUX

FACEBOOK

TWITTER

LaChaîneRTL9

@LaChaîneRTL9

REGIE PUBLICITAIRE

CANAL+ REGIE

SCIENCE & VIE TV

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

Société éditrice : AB Thématiques
Création de la chaîne : Mars 2015
Lancement de la chaîne : Mars 2015

Convention CSA : oui
Forme juridique : S.A.S.
Capital : 11 327 890,17 €

THEMATIQUE	Documentaire		
PUBLIC VISE	35-59/60 et +		
PROGRAMMES PHARES	<i>Le Mag de la Science ; La Fête de la science.</i> <i>Productions originales : Les Maîtres des éléments ; Les Rendez-vous de l'espace avec Axel Villard ; Réparer la nature.</i> <i>Case Mégastructures : Titans des mers.</i> <i>Case Espace : Amélioration cosmique.</i> <i>Case Cataclysmes : Défaillances techniques.</i> <i>Case Explorations Scientifiques : Passage to Mars.</i> <i>Case Pop Science : Faites-le vous-même ; Éclairs de génie ; L'esprit sorcier.</i>		
PROGRAMMATION			
Part des différents genres de programmes	Documentaires et magazines	100 %	
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.S.	100 %	
ORGANIGRAMME	Représentant permanent de GROUPE AB dans son mandat de Président d'AB THÉMATIQUES Directeur digital et distribution des chaînes Directrice marketing et communication Directrice de l'antenne et de la programmation des chaînes Découverte et Sport Responsable éditoriale Attachée de presse Richard MAROKO Vincent GRYNBAUM Cécile BRINO Marie DE MAUBLANC Isabelle GRILLOT Katia DEPARIS		
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	NON	OUI - Les Chaînes Family / TV By Canal
	BIS TV	NON	OUI - Panorama
	Orange	NON	OUI - Famille / Famille By Canal
ADSL	Free	NON	OUI - TV By Canal / Pack BIS Premium / Pack BIS Ultimatum / Pack BIS Panorama
	SFR	NON	OUI - Pass Premium / Pass Découverte / Power / Power+
	Bouygues	NON	OUI - Grand Angle
	Orange	NON	OUI - Famille By Canal / Famille
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR	INTERNET	
	OUI	OUI	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE	TABLETTE	
	NON	NON	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK	TWITTER	
	ScienceetvieTV	@ScienceetvieTV	
REGIE PUBLICITAIRE	RÉGIS, publicité et opérations spéciales 132, avenue du président Wilson BP 95 - 93 213 La Plaine Saint-Denis cedex		David BYWALSKI david.bywalski@mediawan.com 01 49 17 24 19

SEASONS

1, place du spectacle
92 823 Issy-les-Moulineaux cedex 9
Tél : 01 71 35 35 35
www.seasons.fr
www.mycanal.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	Président du Directoire du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint du Groupe CANAL+, en charge de la France Directeur général des antennes du Groupe CANAL+ Directeur général adjoint antenne et programmes payants Directrice des chaînes Découverte et des documentaires Directeur des programmes Directeur des antennes chaînes Découverte Directrice des acquisitions Directrice de la communication Groupe CANAL+ Chargée de communication chaînes Découverte	Maxime SAADA Frank CADORET Gérald-Brice VIRET Jean-Marc JURAMIE Christine CAUQUELIN Rémi CASTAING Bruno TALLUT Isabelle ANTRAYGUE Laurence GALLOT Guillemette BERARD	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	-	DANS L'OPTION NATURE/ INTEGRALE
Câble	SFR ET DARTY BOX	-	DANS L'OPTION NATURE/ INTEGRALE
OTT	CANAL	-	DANS L'OPTION NATURE/ INTEGRALE
DIFFUSION DANS LES DROM/POM/COM/TOM	Caraïbes, Nouvelle-Calédonie, Réunion, Mayotte		Via CANAL+ International
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Monaco (via CANAL+ France) Suisse (via CANAL+ Suisse) Afrique (via CANAL+ International) Canada francophone	Voo Be TV Monaco Telecom Canal, UPC Cablecom, Swisscom, Net+ Canal Afrique, Maurice & Madagascar Thema	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR myCANAL	INTERNET myCANAL	
DIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE myCANAL TV connectées	TABLETTE myCANAL	
RESEAUX SOCIAUX :	FACEBOOK seasonstv	TWITTER @SeasonsTV	
REGIE PUBLICITAIRE	SEASONS	Thierry DESJARDIN tdesjardin@jedicom.fr	

SÉRIE CLUB

89, avenue Charles de Gaulle
92 575 Neuilly-sur-Seine cedex
Tél : 01 41 92 66 66
www.serieclub.fr



Société éditrice : Extension TV
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 08/03/1993
Lancement de la chaîne : 08/03/1993

Forme juridique : S.A.
Capital : 50 000 €
Effectif : 14

THEMATIQUE	Fiction		
PUBLIC VISE	25-50 ans mixte		
PROGRAMMATION	100 %		
Part des différents genres de programmes	Fiction		
PROGRAMMES PHARES	Les Emmy Awards, Marvel : les agents du SHIELD, Supergirl, Supernatural, L’Exorciste, Suits avocats sur mesure, Nashville, Blacklist, Secrets and Lies, Salvation, Swedish Dicks, The Originals, American Horror Story...		
ACTIONNAIRE(S)	Groupe M6	50 %	
	Groupe TF1	50 %	
ORGANIGRAMME	Directeur général	Laurent de LORME	
	Responsable de la communication	Sophie MICHARD	
	Chargée de communication	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	CanalOverseas	
	Monaco, Andorre		
SERVICE DE TELEVISION DE RATTRAPAGE	TELEVISEUR		
	CanalSat et Numericable		
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK	TWITTER	
	Serieclub	@serieclub	
REGIE PUBLICITAIRE	M6 PUBLICITE	Gilles BARTHELEMY gbarthelemy@m6.fr 01 41 92 66 66	

SYFY

Sci Fi hannel Europe LLC
Central Saint Giles
1 St Giles High St.
London WC2H 8NU
Royaume-Uni
www.syfy.fr



Société éditrice : SCI FI Channel Europe
Convention CSA : non

Forme juridique : L.L.C.
Lancement de la chaîne : 02/12/2005

THEMATIQUE	Fiction		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMES PHARES	La chaîne de la science-fiction avec les séries <i>Marvel's Runaways</i> , <i>The 100</i> , <i>Midnight, Texas</i> , <i>The Magicians</i> , <i>Channel Zero</i> , <i>Killjoys</i> , <i>The Outpost...</i>		
ACTIONNAIRE(S)	NBCUniversal	100 %	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
XDSL / FTTX / Cable / Satellite	SFR	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Caraïbes, Réunion, Mayotte, Nouvelle-Calédonie, Polynésie		Les offres Canal+, SFR
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Luxembourg Monaco Afrique		VOO, Proximus, SFR, Orange UPC, Net+, Teleclub Tango Monaco Telecom Les bouquets Canal+
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR SFR	INTERNET tv.sfr.fr	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE SFR TV	TABLETTE SFR TV	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK SYFYFrance TWITTER @SYFYFr	INSTAGRAM @syfyfr YOUTUBE SYFY France	
REGIE PUBLICITAIRE	FRANCE TELEVISIONS PUBLICITE		Claire LANGER Claire.Langer@francetvpub.fr 01 56 22 65 38

Société éditrice : Turner
Convention CSA : non

THEMATIQUE	Cinéma	
PUBLIC VISE	15 ans et plus, amateurs de cinéma	
PROGRAMMES PHARES	Plus de 600 films américains par an, de tous les genres, de tous les studios et de toutes époques.	
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2018	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 Orange	NON NON	OUI - Les chaînes Ciné Séries OUI - Basique étendu Extra - Cinéma - Pack anglophone
Câble	Numericable	NON	OUI - Etendu Offre Max - Power+ Family
ADSL	Orange Canal DSL SFR Free Bouygues Darty Alice Virgin Molotov Wibox	NON NON NON NON NON OUI NON	OUI - Anglophone-Extra-Ciné OUI - Chaînes Ciné Séries OUI - Sélection - Cinéma - Anglophone - Power + Family OUI - A la carte + pack OUI - Etendu + Grand Cinéma OUI - Etendu - Cinéma OUI - Passion OUI - Pack Cinéma OUI - Etendu - Cinéma 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	Proxioms, Betv, Numericable Belgique, Voo, etc. CanalSat Suisse, Netdream, Swisscom, UPC, etc. Boisy TV, NC Luxembourg, Entreprise des postes et Telecommunication, Monaco Telecom Maroc Telecom Satcon, Telecom, Neerwaya Multivision, Creolink, Telestar, Canal Holding, Startime Blueline, Mauritius Telecom
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Free, Canal, Numericable, Bouygues, SFR, Orange, Molotov	INTERNET Canal à la demande
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TCMcinema TWITTER TCM_Cinema	INSTAGRAM Tcmcinema.fr

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	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/teletoonofficiel		
REGIE PUBLICITAIRE	CANAL+ REGIE	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	<i>Suprément bon, Téva déco, Magnifique by Cristina, Happy & Zen, The Good Wife, Jane the Virgin, Devious Maids, Younger, Crazy ex Girlfriend, The Bold Type...</i>		
ACTIONNAIRE(S)	Groupe M6	100 %	
ORGANIGRAMME	Président Directrice générale Responsable programmation et antenne Chargé de programmation Responsable communication Chargées de communication Chargée des programmes de flux Responsable auto-promo Responsable d'antenne	Thomas VALENTIN Catherine SCHÖFER Martin TRAMONT Jérémy FAUTH Sophie MICHARD Amélie BOISSEAU, Florence SOMMIER Alexandra HEYNE 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, SFR, Bouygues Free, Orange	OUI NON	OUI OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, Guyane Réunion Nouvelle-Calédonie Tahiti	Canal Overseas, MTVC, WSG Canal Overseas, Parabole Réunion, ZEOP Canal Overseas OPT TNS	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR CanalSat, Numericable, Bouygues, Orange, SFR	INTERNET 6PLAY	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE 6PLAY	TABLETTE 6PLAY	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK Teva	TWITTER @tevalachaine	
REGIE PUBLICITAIRE	M6 PUBLICITE	Frédérique REFALO 01 41 92 64 28	

TF1

1, quai du Point du jour
92 656 Boulogne
Tél/Fax : 01 41 41 12 34
www.tf1.fr / www.groupe-tf1.fr



Société éditrice : TF1
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 26/04/1935
Lancement de la chaîne : 01/01/1975

Forme juridique : S.A.
Capital : 41 977 628,00 €
Effectif : 1 639

THEMATIQUE	Généraliste	
PUBLIC VISE	Familial	
PROGRAMMES PHARES	<i>Demain nous appartient, Sam, Profilage, Les bracelets rouges, Clem, Munch, The Voice, Koh Lanta, Ninja warrior, Danse avec les stars, 50 minutes Inside, C'est Canteloup, Téléfoot, Automoto, etc.</i>	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Fiction (<i>dont animation</i>) Cinéma Sport Documentaires et magazines Information Jeux et divertissements Autres (publicité, téléachat, BA, ...)	39,3 % (8,0 %) 3,2 % 2,4 % 15,6 % 7,9 % 10,3 % 21,4 %
ACTIONNAIRE(S)	Bouygues Salariés TF1 Flottant	43,8 % 7,3 % 48,9 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directeur général Directrice de l'antenne Responsable de la programmation Communication / Marketing Production	Gilles PELISSON Elisabeth DURAND Amandine GERARDIN Maylis CARCABAL François PELLISSIER
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL / FTTx, le web et les réseaux mobiles	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, Guyane, Réunion, Mayotte, Nouvelle-Calédonie, Polynésie Française, Tahiti	Orange, SFR-Numericable, Canal Overseas, Numericable, ZEOP, InternetNC, 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 CLT UFA Canal+ International, ABSat, Maroc Telecom Cablevision
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISION MYTF1	INTERNET www.tf1.fr
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE TV d'Orange, MyCanal, B.tv, SFR TV, Molotov.tv	TABLETTE TV d'Orange, MyCanal, B.tv, SFR TV, Molotov
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK, INSTAGRAM, TWITTER, GOOGLE +, YOUTUBE	
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 PUBLICITE	Régis RAVANAS (Président) rrs@tf1.fr / 01 41 41 12 34

TF1 SÉRIES FILMS

1, quai du Point du Jour
92 100 Boulogne
Tél/Fax : 01 41 41 12 34
www.hd1.tv



Société éditrice : HD1
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 03/07/2012
Lancement de la chaîne : 12/12/2012

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 40 000 €

THEMATIQUE	Fiction, cinéma, séries	
PUBLIC VISE	Familial	
PROGRAMMATION	Volume de programmes inédits	534 heures
Part des différents genres de programmes	Cinéma	4,5 %
	Fiction française	58 %
	Séries et téléfilms US et européens	33 %
	Documentaires et magazines	4,5 %
	Autres	<1 %
PROGRAMMES PHARES	Fictions françaises : <i>Nos chers voisins, Section de Recherches, Alice Nevers, Profilage, Guépardes...</i> Cinéma : <i>Clap, magazine consacré à l'actualité du cinéma.</i> Séries étrangères : <i>Dr House, Grey's Anatomy, The Handmaid's Tale, 22.11.63, Urgences...</i>	
ACTIONNAIRE(S)	MONTE CARLO PARTICIPATION	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directrice générale Responsable 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
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Monaco Suisse Belgique	Monaco Telecom Swisscom, UPC Cablecom, Boisy TV, Netplus Voo, Telenet
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.tv
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR MYTF1	INTERNET www.mytf1.fr
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TF1SeriesFilms TWITTER @TF1SeriesFilms	INSTAGRAM @tf1seriesfilms YOUTUBE TF1 Séries Films
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 PUBLICITE	Régis RAVANAS (Président) Sylvia TASSAN-TOFFOLA (Dg commerciale)

TFX

1, quai du Point du jour
92 656 Boulogne
Tél/Fax : 01 41 41 12 34
www.tf1.fr/tfx



Société éditrice : NT1
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 31/03/2005
Lancement de la chaîne : 31/03/2005

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 8 297 120 €

THEMATIQUE	Généraliste	
PUBLIC VISE	Jeunes adultes	
PROGRAMMES PHARES	Fiction française : <i>VDM, Joséphine ange gardien</i> . Fiction américaine : <i>Revenge, Grey's Anatomy, 2 Broke Girls, Gossip Girl, Vampire Diaries</i> . Magazines et divertissements : <i>Super Nanny, Appels d'urgence, Confessions intimes, Chroniques criminelles, Secret Story, On a échangé nos mamans, La villa des cœurs brisés</i> .	
PROGRAMMATION	Volume de programmes inédits	530 heures
Part des différents genres de programmes	Fiction	42,7 %
	Cinéma	4,4 %
	Documentaires et magazines	43,5 %
	Spectacle / Musique / Divertissements	<1 %
	Sport – y compris information sportive	<1 %
	Autres	6,5 %
	Information	<1 %
ACTIONNAIRE(S)	MONTE CARLO PARTICIPATION	100 %
ORGANIGRAMME	Président Directrice générale Responsable 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 Suisse (NT1 Suisse) Afrique Belgique	Monaco Telecom Swisscom, UPC Cablecom, Boisy TV, Netplus BisTV, Bluesat, Orange, Canal+ Afrique, Startimes, Sonatel TéléSAT
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.TV
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR MYTF1	INTERNET www.mytf1.fr
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK, YOUTUBE TFX TWITTER @TFX	INSTAGRAM @tfxtv
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 PUBLICITE	Regis RAVANAS (Président) Sylvia TASSAN-TOFFOLA (DG commerciale)

TIJI

2, rue des Cévennes
75 015 Paris
Tél/Fax : 01 80 20 38 38
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 : 24 880 405 €

THEMATIQUE	Jeunesse		
PUBLIC VISE	3-6 ans		
PROGRAMMES PHARES	Barbie, Oum le dauphin blanc, Super 4, My Little Pony, Les nouvelles aventures de Peter Pan, etc.		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2018	11h 49	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Animation	98 %	
	Jeux et divertissements	2 %	
ACTIONNAIRE(S)	Lagardère Active TV	59,51 %	
	Lagardère Active Broadcast	40,49 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	15 %	
	Abonnements	85 %	
ORGANIGRAMME	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 d’antenne	Caroline MESTIK	
	Directrice des programmes	Caroline ADELUS	
	Directrice de la communication	Samira CHAHBOUNE	
	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
	Fransat	OUI	NON
Câble	Numericable	NON	OUI - TV La Box Family / Pass Premium
ADSL	Offres Canal+ DSL	NON	OUI
	Bouygues Telecom	OUI	NON
	Orange	OUI	NON
	Free	OUI	NON
Mobile / 3G	CanalSat Mobile	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Réunion, Calédonie, Martinique, Guadeloupe, Guyane, Mayotte		CanalSat, Numericable
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique, Bosnie Herzégovine, Croatie, Emirats Arabes Unis, Luxembourg, Monaco, Oman, Qatar, Suisse, Liban, Portugal, Madagascar, Ile Maurice, Australie, Saint-Thomas et Prince, Seychelles, Vanuatu, Slovénie, Algérie, Maroc, Tunisie et 43 pays africains		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR	INTERNET	
	My Canal, Bouygues, Orange, SFR, Free pour les abonnés MyCanal	Mycanal.fr	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE	TABLETTE	
	My J, application IOS et Android Applications de Mycanal, Orange et SFR	My J, application IOS et Android Application de Mycanal, Orange et SFR	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK	YOUTUBE	
	chaîneTIJI	TIJI	
REGIE PUBLICITAIRE	LAGARDERE REGIE TV	Sophie RIVIERE	

TMC

6 bis, quai Antoine 1^{er}
98 000 Monaco
Tél/Fax : +377 93 15 14 15 / 14 36
www.tf1.fr/tmc



Société éditrice : Télé Monte Carlo
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 19/11/1954
Lancement de la chaîne : 19/11/1954

Forme juridique : S.A. de droit Monégasque
Capital : 25 166 475 €

THEMATIQUE	Généraliste	
PUBLIC VISE	25-49 ans mixtes	
PROGRAMMES PHARES	Fiction française : <i>Les Mystères de l'amour</i> , <i>Section de recherches</i> , etc. Séries américaines : <i>Cold Case</i> , <i>Les Experts : Miami</i> , <i>Mentalist</i> , etc. Magazines et divertissements : <i>Quotidien</i> , <i>Burger Quiz</i> , <i>90'Enquêtes</i> , etc.	
PROGRAMMATION	Part de programmes inédits	869 heures
Part des différents genres de programmes	Fiction	59 %
	Cinéma	4,4 %
	Documentaires et magazines	25 %
	Divertissements	2,3 %
	Autres	9 %
	Sport	<1 %
	Information	<1 %
ACTIONNAIRE(S)	Groupe TF1	100 %
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	100 %
ORGANIGRAMME	Président Vice-Président Directrice générale Responsable programmation Communication Directeur de la diffusion	Gilles PELISSON Etienne FRANZI 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, Canal+ Telecom
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Monaco Suisse (TMC Suisse) Luxembourg Belgique Afrique	Monaco Telecom. Swisscom, UPC Cablecom, Boisy TV, Netplus. CLT UFA. Telenet, Proximus, Voo. BisTV, Bluesat, Orange, Canal+ Afrique, Startimes, Mauritius Telecom.
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.tv
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR MYTF1	INTERNET www.mytf1.fr
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TMClachaine TWITTER @TMCtv	INSTAGRAM @TMC_tv YOUTUBE TMC
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 PUBLICITE	Régis RAVANAS 01 41 41 12 34 www.tf1pub.fr

TOONAMI

www.toonami.fr/



Société éditrice : Turner Broadcasting System Europe Ltd.

Convention CSA : non

Lancement de la chaîne : 11/02/2016

Forme juridique : S.A.S

THEMATIQUE	Chaîne des super héros		
PUBLIC VISE	6-12 ans, filles et garçons		
PROGRAMMES PHARES	DC Comics, Batman, Superman, La Ligue des Justiciers, Green Lantern, Teen Titans ; les personnages Marvel Spiderman et Ironman ; et aussi Yu Gi Oh ou My Hero Academia.		
ACTIONNAIRE(S)	Turner Broadcasting System Europe	100 %	
ORGANIGRAMME	SVP Europe du Sud et Afrique Directeur des chaînes Kids et General Entertainment France & Afrique Directeur des programmes et acquisitions Directeur Marketing, RP & Digital Vice-Président Commercial & Business Development territoires francophones, Afrique et Israël Attachée de presse Directrice de la publicité	Jaime ONDARZA Julien BORDE Stéphane PASQUIER-MIYAZAKI Adrien FALLU Guillaume COFFIN Valérie LEROY Véronique DUPONT-MOREAU	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	Panorama - Essentiel Famille	
	Fransat	NON	Jeunesse
Câble	Numericable	NON	Family - Jeunesse
ADSL	Canal	My Tv by Canal (Free) - Famille by Canal (Orange)	
	Bouygues	NON	Etendu - Jeunesse
	Free	NON	A la carte
	Orange	NON	Famille Max
	Molotov	NON	Family - Jeunesse - Jeunesse
	SFR	NON	Basique étendu, Extra
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Nouvelle-Calédonie Réunion	Can'l Parabole, SFR Réunion	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Madagascar Maurice	Voo Blueline Mauritius Telecom	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Canal, Free, Orange, SFR, Molotov		

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 : <i>Clémenceau</i> ; <i>Jackie Kennedy, militante de la 1ère heure</i>. Productions originales et co-productions : <i>Le convoi des 31 000</i> ; <i>Cosa Nostra (de Palerme à New York)</i> ; <i>1918-1939, les rêves brisés de l'entre-deux guerres</i>. Guerres mondiales / Guerre et stratégie : <i>Apocalypse 1918, la paix impossible</i> ; <i>Tank, les grands combats</i>. Histoire de France : <i>1958, ceux qui ont dit non</i> ; <i>Le pacte rouge</i> ; <i>Châteaux forts</i> ; <i>La barricade</i>. XXe siècle : <i>Les 101 événements qui ont fait le XX^e siècle</i> ; <i>1919, les jours d'après</i> ; <i>Le procès d'Auschwitz</i>.		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires et magazines	100 %	
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.S.	100 %	
ORGANIGRAMME	Représentant permanent de GROUPE AB dans son mandat de Président d'AB THÉMATIQUES Directeur digital et distribution des chaînes Directrice marketing et communication Directrice de l'antenne et de la programmation des chaînes Découverte et Sport Responsable éditoriale Attachée de presse		
		Richard MAROKO Vincent GRYNBAUM Cécile BRINO Marie DE MAUBLANC Céline CICEKOGLU Katia DEPARIS	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	NON	OUI - Les Chaînes Family / TV By Canal
	BIS TV	NON	OUI - Panorama
	Orange	NON	OUI - Famille / Family By Canal
ADSL	Free	NON	OUI - TV By Canal / Pack BIS Premium / Pack BIS Ultimatum / Pack BIS Panorama
	SFR	NON	OUI - Pass Découverte / Prémium/ Power / Power+
	Bouygues	NON	OUI - Grand Angle
	Orange	NON	OUI - Famille By Canal / Famille / Intense
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR OUI	INTERNET OUI	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TLHTV	TWITTER @TLHTV	
REGIE PUBLICITAIRE	RÉGIS, publicité et opérations spéciales 132, avenue du président Wilson BP 95 93 213 La Plaine Saint-Denis cedex		David BYWALSKI david.bywalski@mediawan.com 01 49 17 24 19

TRACE 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 : 70

THÉMATIQUE	Musicale		
PUBLIC VISÉ	Familial - les 15-49 ans et tous les amateurs de musiques africaines		
PROGRAMMES PHARES	<i>Hit 10, Hit 30, Djouba, Hits & Lyrics, 100% Party, Newcomers, SKIP SKIP, Trybes, 0 > 100, etc.</i>		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Vidéoclips	90 %	
	Spectacle vivant	5 %	
	Documentaires et magazines	5 %	
ACTIONNAIRE(S)	TRACE (dirigeants + salariés)	17 %	
	TPG Growth	83 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Abonnements	75 %	
	Publicité	25 %	
ORGANIGRAMME	Président	Olivier LAOUCHEZ	
	Directeur des opérations	Jérémy DUPEU	
	CEO France	Xavier SPENDER	
	Directeur d'antenne et des programmes	Nicolas SAINTE CLUQUE	
	Directeur distribution	Laurent DUMEAU	
	Directeur juridique	Sven BALISSON	
	Directeur administration et finances	Vincent FEYS	
RÉSEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RÉSEAU	OPÉRATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	NON	OUI
Câble	Numericable	NON	NON
ADSL	Orange, SFR	NON	OUI
	Bouygues, Free	NON	OUI
TRACEPlay / 3G	Selon abonné	OUI	NON
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 TRACEPlay	TABLETTE TRACEPlay	
SERVICE DE TÉLÉVISION DE RATRAPAGE	TÉLÉVISEUR CanalSat et Numericable	INTERNET www.trace.tv, Dailymotion, YouTube	
RÉSEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TRACEAFRICA.official	TWITTER TRACE_Africa	
REGIE PUBLICITAIRE	TRACE	Jimmy PARESSANT jparessant@trace.tv 06 16 21 12 85	

TRACE GOSPEL

73, rue Henri Barbusse
92 110 Clichy
Tél/Fax : 01 77 68 05 20 / 21
www.trace.tv



Société éditrice : TRACE TV S.A.
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 23/11/2015
Lancement de la chaîne : 23/11/2015

Forme juridique : S.A.
Capital : 1 000 000 €
Effectif : 70

THEMATIQUE	Musical		
PUBLIC VISE	Tous les fans de Gospel		
PROGRAMMES PHARES	<i>Hit 10, Sounds of the US, Sounds of Africa, Urban Vibes, Urban Pop Vibes, French Sounds, Praise Vibes, Morning Live, Best Africa 10, US Hit, etc.</i>		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Vidéoclips Spectacle vivant Documentaires et magazines	60 % 20 % 20 %	
ACTIONNAIRE(S)	TRACE (Dirigeants + salariés) TPG Growth	17 % 83 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Abonnements Publicité	75 % 25 %	
ORGANIGRAMME	Président Directeur des opérations CEO France Directeur d'antenne et des programmes Directeur distribution Directeur juridique Directeur administration et finances	Olivier LAOUCHEZ Jérémy DUPEU Xavier SPENDER Nicolas SAINTE CLUQUE Laurent DUMEAU Sven BALISSON Vincent FEYS	
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
TRACEPlay / 3G	Selon abonné	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, Guyane		
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique, États-Unis, Kenya, Luxembourg, Nigeria, Seychelles, Tanzanie, Trinité et Tobago, Zambie, Malawi, Ouganda. Depuis le 4 avril 2018, TRACE Gospel est déployée en Afrique francophone. Elle intègre ainsi plus de 25 pays et 3 millions de foyers supplémentaires. TRACE Gospel est disponible sur les BOUQUETS CANAL+ à partir de la formule ACCESS sur le canal 138 en Afrique et dans l'offre TNT EasyTV sur le canal 38.		
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE TRACEPlay	TABLETTE TRACEPlay	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR	INTERNET Dailymotion	
RÉSEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TRACE Gospel	TWITTER TRACE_Gospel	
REGIE PUBLICITAIRE	TRACE	Jimmy PARESSANT jparessant@trace.tv 06 16 21 12 85	

TRACE TOCA

73, rue Henri Barbusse
92 110 Clichy
Tél/Fax : 01 77 68 05 20 / 21
www.trace.tv



Société éditrice : TRACE TV S.A.
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 22/07/2014
Lancement de la chaîne : 22/07/2014

Forme juridique : S.A.
Capital : 1 000 000 €
Effectif : 70

THÉMATIQUE	Musical		
PUBLIC VISÉ	15-34 ans et tous les amateurs de musique afro-lusophones		
PROGRAMMES PHARES	<i>Hit 10, Hit 30, Djouba, Best Brasil 10, Best Angola 10, Best Mozambique 10, Best Cabo Verde 10, Best K-Ribbean 10, Gospel 10, Focus, Hits & Lyrics, etc.</i>		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Vidéoclips	90 %	
	Spectacle vivant	5 %	
	Documentaires et magazines	5 %	
ACTIONNAIRE(S)	TRACE (Dirigeants + salariés)	17 %	
	TPG Growth	83 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Abonnements	75 %	
	Publicité	25 %	
ORGANIGRAMME	Président	Olivier LAOUCHEZ	
	Directeur des opérations	Jérémy DUPEU	
	CEO France	Xavier SPENDER	
	Directeur d'antenne et des programmes	Nicolas SAINTE CLUQUE	
	Directeur distribution	Laurent DUMEAU	
	Directeur juridique	Sven BALISSON	
	Directeur administration et finances	Vincent FEYS	
RÉSEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RÉSEAU	OPÉRATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	NON	NON
Câble	Numericable	NON	OUI
ADSL	SFR	NON	OUI
	Free	NON	OUI - Pack TRACE
TRACEPlay / 3G	Selon abonné	OUI	NON
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Portugal, Angola, Mozambique, Etats-Unis, Italie		
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE TRACE sur AppStore et Google Play	TABLETTE TRACE sur AppStore et Google Play	
SERVICE DE TÉLÉVISION DE RATRAPAGE	TÉLÉVISEUR	INTERNET Dailymotion	
RÉSEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TRACE Toca	TWITTER TRACE_Toca	
RÉGIE PUBLICITAIRE	TRACE	Jimmy PARESSANT jparessant@trace.tv 06 16 21 12 85	

TRACE TROPICAL

73, rue Henri Barbusse
92 110 Clichy
Tél/Fax : 01 77 68 05 20 / 21
www.trace.tv



Société éditrice : TRACE TV S.A.
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 10/02/2009
Lancement de la chaîne : 10/02/2009

Forme juridique : S.A.
Capital : 1 000 000 €
Effectif : 70

THEMATIQUE	Musical		
PUBLIC VISE	20-49 ans et tous les amateurs de musique tropicale		
PROGRAMMES PHARES	Hit 10, Hit 30, Hits & Lyrics, NEW, Zouk 10, Lokal 10, Kizomba 10, Haiti 10, Trace Video Mix, etc.		
PROGRAMMATION			
Part des différents genres de programmes	Vidéoclips	90 %	
	Spectacle vivant	5 %	
	Documentaires et magazines	5 %	
ACTIONNAIRE(S)			
	TRACE (Dirigeants + salariés)	17 %	
	TPG Growth	83 %	
SOURCES DE FINANCEMENT			
	Abonnements	75 %	
	Publicité	25 %	
ORGANIGRAMME			
	Président	Olivier LAOUCHEZ	
	Directeur des opérations	Jérémy DUPEU	
	CEO France	Xavier SPENDER	
	Directeur d'antenne et des programmes	Nicolas SAINTE CLUQUE	
	Directeur distribution	Laurent DUMEAU	
	Directeur juridique	Sven BALISSON	
	Directeur administration et finances	Vincent FEYS	
RÉSEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RÉSEAU	OPÉRATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat	NON	NON
Câble	Numericable	OUI	NON
ADSL	Orange, SFR	NON	OUI
	Bouygues, Free, Darty	NON	OUI
TRACEPlay / 3G	Selon abonné	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, Guyane, Réunion, Polynésie française, Nouvelle-Calédonie, Mayotte		
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Algérie, Belgique, Comores, République dominicaine, Guadeloupe, Guyane, Polynésie française, Nouvelle-Calédonie, Haïti, Israël, Italie, Côte d'Ivoire, Luxembourg, Madagascar, Martinique, Mauritanie, Mayotte, Monaco, Maroc, Réunion, Roumanie, Sénégal, Seychelles, Suisse, Tunisie, Royaume-Uni, États-Unis, Venezuela.		
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE TRACEPlay	TABLETTE TRACEPlay	
SERVICE DE TÉLÉVISION DE RATRAPAGE	TÉLÉVISEUR Numericable	INTERNET Dailymotion	
RÉSEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TRACE Tropical	TWITTER TRACE_Tropical	
RÉGIE PUBLICITAIRE	TRACE	Jimmy PARESSANT jparessant@trace.tv 06 16 21 12 85	

TRACE URBAN

73, rue Henri Barbusse
92 110 Clichy
Tél/Fax : 01 77 68 05 20 / 21
www.trace.tv



Société éditrice : TRACE TV S.A.
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 27/04/2003
Lancement de la chaîne : 27/04/2003

Forme juridique : S.A.
Capital : 1 000 000 €
Effectif : 70

THÉMATIQUE	Musicale		
PUBLIC VISÉ	15-34 ans et tous les amateurs de musique urbaine		
PROGRAMMES PHARES	Hit 10, Hit 30, Trace Video Mix, Adult Only, Focus, US HIT, Hit2Rue, Love & Hip Hop, Atlanta, Playlist By, Trace Request, Djouba, Top 10 Pop, Top 10 Hip-Hop, Hits & Lyrics, SKIP SKIP, Trybes, 0 > 100		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2018	20 heures	
PROGRAMMATION	Part des différents genres de programmes	Vidéoclips Spectacle vivant Documentaires et magazines Séries	85 % 5 % 5 % 5 %
ACTIONNAIRE(S)	TRACE (Dirigeants + salariés) TPG Growth	17 % 83 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Abonnements Publicité	75 % 25 %	
ORGANIGRAMME	Président Directeur des opérations CEO France Directeur d'antenne et des programmes Directeur distribution Directeur juridique	Olivier LAOUCHEZ Jérémy DUPEU Xavier SPENDER Nicolas SAINTE CLUQUE Laurent DUMEAU Sven BALISSON	
RÉSEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RÉSEAU	OPÉRATEUR	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
TRACEPlay / 3G	Selon abonné	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, Guyane, Réunion, Mayotte, Polynésie, Nouvelle-Calédonie, Saint-Pierre-et-Miquelon, Saint-Barthélemy, Saint-Martin		
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Près de 150 pays à travers le monde		
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE TRACEPlay	TABLETTE TRACEPlay	
SERVICE DE TÉLÉVISION DE RATRAPAGE	TÉLÉVISEUR CanalSat et Numericable	INTERNET www.trace.tv, Dailymotion, YouTube	
RÉSEAUX SOCIAUX	FACEBOOK TRACE Urban	TWITTER @TRACE_Urban	
RÉGIE PUBLICITAIRE	TRACE	Jimmy PARESSANT (06 16 21 12 85) jparessant@trace.tv	

TREK

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

Société éditrice : AB Thématiques
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 02/02/2015

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

THEMATIQUE	Documentaire		
PUBLIC VISE	Hommes 35-59 ans		
PROGRAMMES PHARES	<i>Ultra Trail World Tour ; Freeride World Tour ; UIAA Ice Climbing World Cup ; Le Spot ; La Diagonale des Fous ; Aurélien Ducroz, de la mer au sommet ; Maewan, et les fjords perdus.</i>		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires et magazines	100 %	
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.S.	100 %	
ORGANIGRAMME	Représentant permanent de GROUPE AB dans son mandat de Président d'AB THÉMATIQUES Directeur digital et distribution des chaînes Directrice marketing et communication Directrice de l'antenne et de la programmation des chaînes Découverte et Sport Responsable éditoriale Attachée de presse		
		Richard MAROKO Vincent GRYNBAUM Cécile BRINO Marie DE MAUBLANC Stéphanie GRACIEUX Katia DEPARIS	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	NON	OUI - En option
	BIS TV	NON	OUI - Panorama
	Orange	NON	OUI - Sports Max / Famille / Intense
ADSL	Free	NON	OUI - Pack BIS Premium / Pack BIS Ultimatum / Pack BIS Panorama
	SFR	NON	OUI - Pass Découverte / Premium / Power / Power+
	Bouygues	NON	OUI - Grand Angle
	Orange	NON	OUI - Sports Max / Famille / Intense
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE NON	TABLETTE NON	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR OUI	INTERNET OUI	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK http://www.facebook.com/TREKHD INSTAGRAM TrekTV		TWITTER @TREKHD
REGIE PUBLICITAIRE	RÉGIS, publicité et opérations spéciales		David BYWALSKI david.bywalski@mediawan.com 01 49 17 24 19

TV5 MONDE

131, avenue de Wagram
75 017 Paris
Tél/Fax : 01 44 18 55 55 / 10
www.tv5monde.com



Société éditrice : TV5MONDE
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/01/1984
Lancement de la chaîne : 01/01/1984

Forme juridique : S.A.
Capital : 137 200 €

THEMATIQUE	Chaîne généraliste culturelle francophone mondiale		
PUBLIC VISE	Grand public, francophone et francophile		
PROGRAMMES PHARES	64' : le monde en français, Internationales, 300 millions de critiques, L'Invité, Acoustic, Maghreb Orient Express, Objectif Monde, Le JT Afrique...		
PROGRAMMATION			
Part des différents genres de programmes	Fiction	11 %	
	Cinéma	5 %	
	Documentaires et magazines	50 %	
	Sport, y compris information sportive	1 %	
	Information	21 %	
	Jeux et divertissements	12 %	
ACTIONNAIRE(S)			
	France Télévisions	49,0 %	
	France Médias Monde	12,6 %	
	RTBF / SSR / Télé Québec & Radio Canada	11,1 % chacun	
	Arte France	3,3 %	
	INA	1,8 %	
SOURCES DE FINANCEMENT			
	Publicité	2,3 %	
	Abonnement	6,7 %	
	Autres ressources	91,0 %	
ORGANIGRAMME			
	Présidente du Conseil d'Administration	Delphine ERNOTTE-CUNCI	
	Directeur général	Yves BIGOT	
	Secrétaire général	Thomas DEROBE	
	Directeur de l'information	André CRETENAND	
	Directeur marketing et distribution	Jean-Luc CRONEL	
	Directrice marketing TV5MONDE FBS	Clara ROUSSEAU	
	Directrice du numérique	Hélène ZEMMOUR	
	Directrice de la communication	Nelly BELAIEV	
	Directeur des relations institutionnelles et des relations avec la Francophonie	Laurent CAGNA	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	CanalSat, TNT Sat, Fransat	OUI	NON
Câble	SFR	OUI	NON
ADSL	Free, Alice, Darty, SFR, Orange, Bouygues	OUI	NON
Mobile / 3G	SFR, Orange, Bouygues, Free	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	OUI		
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Plus de 200 pays		
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Free/SFR	INTERNET www.tv5mondeplus.com	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE OUI	TABLETTE OUI	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK tv5mondeofficiel	TWITTER @tv5monde	
REGIE PUBLICITAIRE	FRANCE TELEVISIONS PUBLICITE		Wissam SAHRAOUI (01 55 22 12 74) wissam.sahraoui@francetvpub.fr

TV BREIZH

1, quai du Point du Jour
92 656 Boulogne cedex
Tél : 01 41 41 12 34
www.tvbreizh.fr

Société éditrice : TV Breizh
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 01/09/2000
Lancement de la chaîne : 01/09/2000

Forme juridique : S.A.S.
Capital : 40 036,49 €
Effectif : 10

THEMATIQUE	Séries, fiction, cinéma		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMATION			
Part des différents genres de programmes	Fiction	60 %	
	Séries	40 %	
PROGRAMMES PHARES	Columbo, Arabesque, Hercule Poirot, Miss Marple, Cold Case, Section de recherches, Profilage, Alice Nevers, Léo Mattéi, Walker Texas Ranger, etc.		
ACTIONNAIRE(S)	TF1	100 %	
ORGANIGRAMME	Président	Ara APRIKIAN	
	Directeur	Christophe SOMMET	
	Programmation	Julien GRANGE / Aurélie FRANKIEWICZ	
	Marketing distributeurs	Sophie CATALIFAUD	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
Satellite	Canal	OUI - Panorama ou Canal+ Essentiel	NON
	Orange	Famille NON	OUI - Bouquet Famille
Câble	SFR - Numericable Petits câblo-opérateurs	OUI - Offre Starter	NON
ADSL / Fibre	Canal DSL	NON	OUI - Pack Panorama
	Orange	NON	OUI - Bouquet Famille ou Famille by Canal
	SFR	NON	OUI - Offre Power
	Bouygues Telecom	OUI	NON
	Free	NON	OUI - TV by Canal
Mobile / 3G / Web	TV d'Orange, SFR TV, Numericable	NON	OUI
	TV Mobile, MyCanal, Molotov.tv		
	B.tv	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, Guyane, Réunion, Mayotte, Nouvelle-Calédonie	Canal Overseas, SFR-Numericable, Orange, Parabole Réunion, ZEOP, InternetNC, Can’l	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Monaco Belgique Suisse Luxembourg	Monaco Telecom Proximus TV, Be TV, Voo, SFR Belgique, Telenet, Telesat M7, Orange Belgique Teleclub, UPC Cablecom, Netplus, Citycable, Swisswom 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.tv	TABLETTE TV d'Orange, MyCanal, B.tv, SFR TV, Molotov.tv	
RESEAUX SOCIAUX	TWITTER @TVBreizh	FACEBOOK tvbreizh	
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 PUBLICITE	Olivier CARIOU ocariou@tf1.fr 01 41 41 25 33	

ULTRA NATURE

45, boulevard Pierre Frieden
L - 1543 Luxembourg
Tél/Fax : 01 49 22 20 01 /2235
Www.ultranature.fr

Société éditrice : AB Entertainment S.A.
Convention CSA : non
Création de la chaîne : 19/05/2016

Forme juridique : S.A.
Capital : 8 394 325,00 €

THEMATIQUE	Documentaires		
PUBLIC VISE	35/59/60 ans et +		
PROGRAMMES PHARES	<i>Jungle Planet ; The Explorers ; Backyards Project ; Prédateurs du continent africain ; Biodiversité du Mekong ; Brésil, terre de richesse ; Les merveilles sous-marines de l'Afrique ; Odyssées volcaniques ; La voie du petit dragon.</i>		
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Documentaires	100 %	
ACTIONNAIRE(S)	Groupe AB S.A.S	100 %	
ORGANIGRAMME	Membres du conseil d'administration Directeur digital et distribution des chaînes Directrice marketing et communication Directrice de l'antenne et de la programmation des chaînes Découverte et Sport Responsable éditoriale Attachée de presse	Pierre-Antoine CAPTON, Richard MAROKO Vincent GRYNBAUM Cécile BRINO Marie DE MAUBLANC Isabelle GRILLOT Katia DEPARIS	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION			
RESEAU	OPERATEUR	BOUQUET DE BASE	BOUQUET EN OPTION
FIBRE	Orange 4K/UHD Free Bouygues Telecom	OUI OUI OUI	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR OUI	INTERNET NON	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK ultranature.fr	TWITTER @UltraNature	
REGIE PUBLICITAIRE	RÉGIS, publicité et opérations spéciales 132, avenue du président Wilson BP 95 93 213 La Plaine Saint-Denis cedex	David BYWALSKI david.bywalski@mediawan.com 01 49 17 24 19	

USHUAÏA TV

1, quai du Point du jour
92 656 Boulogne cedex
Tél : 01 41 41 12 34
www.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, Ushuaïa Le Mag, Bougez Vert.		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2018	150 heures de documentaires et magazines	
PROGRAMMATION Part des différents genres de programmes	Part de programmes inédits	23 %	
	Cinéma	2 %	
	Documentaires / Magazines	75 % / 8 %	
ACTIONNAIRE(S)	Groupe TF1	100 %	
ORGANIGRAMME	Président Directeur Acquisitions / Productions documentaires Marketing distributeurs	Ara APRIKIAN Christophe SOMMET Annabel GAIN 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, petits câblo-opérateurs	NON	OUI - Bouquet Découverte
ADSL / Fibre	Canal DSL	NON	OUI - Pack Panorama
	Bouygues	OUI (Bbox Sensation)	OUI - Grand Angle (Bbox) ou Start by Canal
	SFR	NON	OUI - Bouquet Découverte
	Orange	NON	OUI - Bouquet Famille ou Famille by Canal
	Free	NON	OUI - TV by Canal ou A la carte
Mobile / 3G /Web	TV d’Orange, SFR TV, MyCanal, Molotov.tv	NON	OUI
	B.tv	OUI	NON
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, Guyane, Réunion, Mayotte, Nouvelle-Calédonie	Orange, SFR-Numericable Outremer, ZEOP, Mediaserv, Internet NC, Parabole Réunion, etc.	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Monaco Suisse, Belgique, Luxembourg Afrique Liban	Monaco Telecom SFR Belgique, Telenet, Proximus TV, Telesat, etc. Maroc Telecom, Blueline, Zap TV Globalcom	
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR Via les portails des opérateurs (MyCanal, SFR-NC, Orange, Bouygues Telecom, Molotov, Free)	INTERNET TV d’Orange, SFR TV, Numericable TV Mobile, 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	FACEBOOK - UshuaiaTV INSTAGRAM - @ushuaiatv	TWITTER - @Ushuaia_TV	
REGIE PUBLICITAIRE	TF1 Publicité	Olivier CARIOU (01 41 41 25 33) ocarou@tf1.fr	

VIRGIN RADIO TV

2, rue des Cévennes
75 015 Paris
Tel/fax : 01 80 20 38 38
<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 : 24 880 405 €

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	Publicité	95 %	
	Autres ressources	5 %	
ORGANIGRAMME	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	
	Achats 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
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR NON	INTERNET http://www.virginradio.fr/virginradiotv/	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE Virgin Radio	TABLETTE Virgin Radio	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK, DAILYMOTION Virgin Radio TV	TWITTER @Virgin Radio TV	
REGIE PUBLICITAIRE	LAGARDERE REGIE TV	Sophie RIVIERE	

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 : 30

THEMATIQUE	Documentaire		
PUBLIC VISE	Tout public		
PROGRAMMES PHARES	Trésors d'Europe, Gare Centrale, Trésors vus du ciel, Bon Baiser d'Afrique, Les plus beaux treks, etc.		
PRODUCTION	Volume total de programmes produits pour la chaîne en 2018	130-140 heures	
PROGRAMMATION	Part des différents genres de programmes	Documentaires et magazines	100 %
ACTIONNAIRE(S)	Fox Networks Group France	100 %	
SOURCES DE FINANCEMENT	Publicité	5 %	
	Abonnement	61 %	
	Autre	34 %	
ORGANIGRAMME	Président	Olivier BRAMLY	
	Directeur technique	Stephanie HOLM	
	Directrice des programmes	Marika PUISEUX	
	Juridique	Mitzi BERBERI	
	Directrice financière	Christelle BANCK	
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	NON	OUI
	Orange	NON	OUI
	Bouygues Telecom	NON	NON
	SFR	NON	OUI
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	DROM POM COM	Canal+ International, Parabole Réunion, Vini, C&W Seychelles, Mauritius Telecom, CAN'L	
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique Suisse Monaco Luxembourg 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.mycanal.fr...)	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE OUI	TABLETTE OUI	
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK voyage.fr YOUTUBE chaînevoyage	DAILYMOTION voyage	
REGIE PUBLICITAIRE	FRANCE TELEVISIONS PUBLICITE	Nathalie DINIZ CLÉMENCEAU nathalie.clemenceau@francetvpub.com	

W9

89, avenue Charles de Gaulle
92 575 Neuilly-sur-Seine
Tél/Fax : 01 41 92 73 73 / 66 99
www.w9.fr



Société éditrice : M6
Convention CSA : oui
Création de la chaîne : 2005
Lancement de la chaîne : 31/03/2005

Forme juridique : S.N.C.
Capital : 40 000 €
Effectif : 15

THEMATIQUE	Musicale	
PUBLIC VISE	Tout public - Jeunes adultes	
PROGRAMMES PHARES	<i>Les Marseillais, Les princes et les princesses de l'amour, Enquêtes criminelles, Enquête d'action, Ligue des Nations, Vêto de choc, les 100 vidéos, Perdu au milieu de nulle part.</i>	
ACTIONNAIRE(S)	M6	100 %
ORGANIGRAMME	Président Thomas VALENTIN Directeur général Jérôme FOUQUERAY Directeur des programmes de flux Pierre-Guillaume LEDAN Directrice de la programmation et de l'antenne Marie LOISEL Responsable de l'antenne Karen KABALO Responsable communication Emmanuelle COHEN Chargées de communication Caroline TURRO et Carole RAYMOND Responsable communication nouveaux médias Audrey THIERRY Responsable artistique Pati KASEKE Ressources humaines Aude NETO Responsable auto promotion Pierre GOICHON	
RESEAUX DE DIFFUSION / DISTRIBUTION	Disponible sur la TNT gratuite, le câble, le satellite, l'ADSL et les mobiles.	
DIFFUSION DANS LES DOM/TOM	Martinique, Guadeloupe, Réunion, Guyane, Nouvelle-Calédonie, Tahiti	Canal Overseas, Orange, Outre-Mer Telecom, Autres
DIFFUSION HORS DE FRANCE	Belgique, Suisse	
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE 6play	TABLETTE 6play
SERVICE DE TELEVISION DE RATRAPAGE	TELEVISEUR 6PLAY	INTERNET www.6play.fr
REDIFFUSION VIA UNE APPLICATION SUR :	MOBILE 6play	TABLETTE 6play
RESEAUX SOCIAUX	FACEBOOK w9	TWITTER @w9
REGIE PUBLICITAIRE	M6 PUBLICITE	Frédérique REFALO frederique.refalo@m6.fr 01 41 92 26 48