

Hachette-Lagardère pique la télévision de Marseille aux associatifs !

Télérama, le 16 mai 2004, [1] titrait à propos de l'attribution du canal local de Marseille : « *Le canal qui rend fada (...)* Un casse-tête pour le CSA ». Apparemment les sages n'ont pas eu à se doper au paracétamol. Ils ont tranché sans état d'âme. Le canal local est attribué à « *TV7 Marseille* » de la Caisse d'Épargne associé au groupe AB de Claude Berda [2] et au quotidien *La Provence* du groupe Hachette-Lagardère .

Dassault Industrie semble être passé à la trappe du tour de table des repreneurs. Deux crocodiles dans le marigot c'était de trop !

Arnaud Lagardère, déclarait dans un entretien accordé au *Monde* le 23 mars 2002 vouloir « *Devenir un groupe à 100 % médiatique (...)* Les priorités de développement se trouvent là où il y a des moteurs de croissance. Aujourd'hui, ils sont dans le numérique : dans les nouveaux médias (...), et puis dans la radio et la télévision. La priorité du groupe, dans les cinq à dix ans qui viennent, se trouve dans ces trois directions ». Même si, plus récemment, le groupe manifestait son intention de conserver sa place prépondérante dans l'armement compte tenu du taux de rentabilité : le beurre et son argent. [3]

Donc, ainsi en ont décidés les conseillers, pas de place à Marseille pour une télévision associative participative hors Eldorado commercial. Les trois projets en lice du côté associatif, Télé Gazelle, Marseille Fraternité et TV Asso ont été recalés [4].

L'espoir de certains de voir émerger un modèle à la française où, à côté du canal local (de ville) une télévision associative trouverait enfin droit de cité, est stoppé. C'est la configuration de Nantes où, à côté de TV Nantes Atlantique (Soc-Press) [5], une association, Télé Nantes (appuyée par les Télévisions Locales de Service Public) partage, certes en toute inégalité, le canal local 07 VHF [6].

Comment analyser cette décision du CSA ?

Une telle décision peut-être analysée sous plusieurs angles.

1/ **Sous l'angle du rapport médias-démocratie** tout d'abord, on ne peut que contester cette décision. En effet, le CSA ne prend pas en compte la construction nécessaire, dont il est comptable devant les citoyens, d'un espace démocratique d'expression télévisuelle non-marchand, local dans le cas présent. Une fois de plus [7], le courant associatif est écarté bien que la loi de 1986 (revue en 2000), sur la liberté de la communication, dispose, en son article 29 que « *Le CSA veille, sur l'ensemble du territoire, à ce qu'une part suffisante des ressources en fréquences soit attribuée aux services édités par une association et accomplissant une mission de communication sociale de proximité, entendue comme le fait de favoriser les échanges entre les groupes sociaux et culturels, l'expression des différents courants socioculturels, le soutien au développement local, la protection de l'environnement ou la lutte contre l'exclusion* ».

Les engagements de Baudis [8], en faveur de la télévision associative, ouvrant la voie à un tiers secteur de la communication se révèlent de vaines paroles verbales...

2/ **Sous l'angle capitalistique**, le CSA après avoir appelé de ses vœux la création d'un fonds de soutien en faveur des

télévisions associatives (calqué sur celui du FSER) [9] en a pris son parti. En fait, il s'en lave les mains et privilégie les sociétés commerciales dotées d'un solide business plan, car adossées à de puissants groupes (Hachette-Lagardère dans le cas de Marseille). Les affaires ont gagné à Marseille : (Cf. le poids économique d'un groupe comme Hachette-Lagardère dans la région, notamment avec Eurocopter à Marignane).

3/ **Sous l'angle des rapports avec le politique**, la décision du CSA confirme que les Les avant-pensées sont présentes dès qu'il s'agit de médias. La conception instrumentalisée des médias est une constante des politiques. Qu'ils soient locaux, régionaux ou nationaux, un média, pour eux, c'est continuer, derrière les dénégations de façade, la même politique par d'autres moyens. Cela explique bien des alliances et des montages que l'on voit apparaître. Ainsi, tel organisme financier (une Caisse d'Épargne régionale dans le cas de Marseille) lié à la municipalité intéressée à la vie politique locale renforcera le tour de table d'une télévision commerciale de ville, candidate à une fréquence montrant sa préférence marquée pour une conception capitalistique classique, voire archaïque (le financement d'un média par la publicité) que dans un esprit coopératif et mutualiste novateur.

Plus que jamais : influence et rentabilité sont les maîtres mots qui dominent le paysage médiatique actuel. Marseille illustre la recherche de l'influence de type politique (agir sur le pouvoir, instrument d'aide à la prise du pouvoir) et économique (peser dans et par les médias pour développer des pôles de rentabilité). TV7 constitue un levier pour les affaires et les affaires permettent d'obtenir la propriété des médias : circularité et complicité des intérêts se mêlant dans de dangereuses liaisons.

***[

[1] N° 2840, article de Veronika Zarachowicz

[2] AB Groupe qui vient de la production contrôle aujourd'hui 20 chaînes thématiques. Le groupe est un des plus gros détenteurs de droits de programmes télévisés francophones. (De Derrick à Navarro et Hélène et les Garçons, ce sont 30 000 heures de programmes qui lui appartiennent en propre). Lire, sur son site la présentation d'AB international par lui-même. Début novembre 2004, Pathé a cédé TMC à TF1 et AB : nouvelle configuration : 40 % du capital pour AB, 40 % pour TF1 et 20 % à la Principauté. Mais des problèmes liés aux seuils de concentration sont encore à prendre en compte par le CSA.

[3] *Le Monde* du 24.11.04

[4] TV Gazelle est un projet du « tiers secteur » audiovisuel, né de Radio Gazelle. Elle s'adresse aux populations marginalisées, essentiellement originaires de l'immigration. Le projet MTF (Marseille TV Fraternité) est animé par cinq anciens de la Cinquième. Enfin, TV Asso se présente avec un projet de télévision participative. Elle s'appuie sur une vingtaine d'associations marseillaises. Ses animateurs possèdent une longue expérience du militantisme audiovisuel, avec notamment O2ZoneTV, télévision du quartier d'Air Bel.

[5] Qui vient de prendre le nom de Nantes7 (le 7è réseau pointerait-il son nez ?)

[6] Cette configuration n'est pourtant pas sans poser de nombreuses questions, comme l'analyse François Le Nours, notamment celle de l'indépendance de l'association par rapport aux collectivités locales et la question d'un modèle économique pérenne de ce type de télévision, peu satisfaisant, voire inexistant à ce jour. L'auteur attire notre attention contre le glissement insensible mais rapide (surtout dans des périodes où les enjeux sont forts) entre information et communication institutionnelle ou politique (article à paraître prochainement sur le site Acrimed).

[7] Voir, parmi d'autres, le précédent du refus d'attribuer une fréquence à une association lors de l'attribution des fréquences de la TNT. Cf., sur le site de l'OFM, le Dossier de candidature de Zalea TV pour l'édition d'un service de télévision à vocation nationale diffusé par voie numérique hertzienne terrestre (TNT) lancé le 24 juillet 2001 par le CSA

[8] Voir, sur le site du CSA, les déclarations du Président Baudis à la première Université Européenne des Télévisions des Pays et des Quartiers en novembre 2001 à Tarbes.

[9] Voir les déclarations du Président Bourges (CSA) au colloque « Le tiers secteur audiovisuel : un accès citoyen à la télévision » qui s'est tenu à l'Assemblée Nationale le 31 janvier 2000.

La recherche de profit y trouve son compte (en quelques années), notamment, grâce à l'ouverture des écrans publicitaires des télévisions locales à la distribution depuis le 1er janvier 2004 [10]

Plus que jamais l'intervention du législateur est nécessaire et urgente pour adopter en particulier :

► La mise en place d'une législation empêchant « les liaisons dangereuses » entre les médias, avec leur pouvoir éditorial et les groupes industriels et financiers vivant majoritairement de la commande publique (Armement, Bâtiment et travaux publics...). Cette législation d'encadrement nécessaire au fonctionnement d'une démocratie où les dës ne seraient pas pipés, doit s'accompagner la mesure suivante :

► Une politique efficace de soutien aux médias (dont la presse) alternatifs, démocratiques [11]. Le pluralisme étant un principe constitutionnel [12], le législateur doit intervenir pour lui donner un contenu. Le silence assourdissant des grands partis politiques sur cette question est confondant [13]

À cet égard, pour faire place au tiers secteur de la communication, qui tente d'exister à côté du secteur commercial dominant et du secteur public en crise, il est urgent que les pouvoirs publics mettent en place un dispositif légal qui prenne en compte la spécificité des acteurs associatifs dans ce domaine. Cela signifie, pour s'en tenir à l'essentiel :

- Réserver des fréquences à ces acteurs ;
- Créer les conditions d'une viabilité économique, avec notamment la création d'un fonds d'intervention (équipement, fonctionnement) alimentée par une taxe sur les flux publicitaires générés par les grands médias et le hors médias, (soit environ 30 milliards d'euros par an) [14] ;
- Développer le système coopératif de diffusion de chaînes associatives, à l'instar de la presse ;
- Réexaminer le régime fiscal applicable au tiers secteur ;
- Revenir sur la suppression « d'emplois aidés » ;
- Prévoir une procédure compatible avec la vie associative.

En effet, les délais de mise en œuvre des procédures d'appel à candidatures doivent tenir compte de la spécificité de ce secteur : le temps associatif n'est pas le temps du business. TVASSO ou TV Gazelle à Marseille n'ont pas les mêmes experts à disposition pour instruire un dossier pour le CSA ; les relations avec les collectivités locales pour convaincre sur un projet de télévision participative sont longues à construire (surtout dans une période post-électorale, où les équipes changent).

Mise en invisibilité du politique, responsabilité du CSA

La responsabilité du CSA est entière dans la décision d'écarter des acteurs associatifs, même s'il s'agit surtout de sa part de rendre invisible une politique gouvernementale inacceptable. [15]. Le ministre Aillagon a refusé d'entériner le travail déjà amorcé (avant 2002) [16], de créer un fonds de soutien et ainsi de prendre en compte cette émergence du tiers secteur audiovisuel, depuis, sur le plan légal la loi d'août 2000 sous la pression des mouvements de lutte, notamment la Coordination des Médias Libres et la Fédération des Vidéos des Pays et des Quartiers depuis plusieurs années. Seule la poursuite

et l'amplification d'une mobilisation, autour de ces questions, allant s'élargissant, pourront changer les rapports démocratie-médias au moment où, selon l'expression du sociologue Jean-Marie Charon, « on revient aux belles heures des grands industriels et des maîtres de forges » [17].

Guy Pineau
7 décembre 2004

[10] Fin 2005, la population couverte par l'ensemble de la télévision locale se situerait aux alentours du seuil critique de 10 millions de téléspectateurs potentiels, considéré comme déterminant pour le développement des offres publicitaires groupées, selon Philippe Bailly, président de NPA Conseil (dépêche AFP du 23-09-2004). Selon l'étude, les annonceurs nationaux pourraient représenter environ 30 % du chiffre d'affaires publicitaire de la télévision locale en 2007. À la publicité des annonceurs nationaux classiques, il convient d'ajouter la possibilité pour les chaînes locales d'accueillir sur leurs écrans publicitaires les entreprises de grande distribution et les concessionnaires automobiles. En effet, à la suite d'un décret d'octobre 2003, la publicité pour ces secteurs jusque-là "interdits" devient possible. De plus, elle est réservée jusqu'au 1er janvier 2007, aux chaînes locales et thématiques. L'apport provenant de la distribution pourrait atteindre, selon l'étude, 40 % des ressources publicitaires de certaines chaînes locales. Au total, le potentiel de recettes publicitaires des chaînes locales est estimé entre 125 et 160 millions d'euros bruts à l'horizon 2007. Les promotions et ventes exceptionnelles non encore autorisées à la publicité télévisée font l'objet de fortes pressions sur les pouvoirs publics.

[11] Voir « D'autres médias pour un autre monde », intervention d'Henri Maler au FSE, le 19 11 2003.

[12] Cf. La décision du Conseil Constitutionnel du 18-09-1986, se référant à l'article 11 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen, a souligné que « le pluralisme des courants d'expression socioculturels est en lui-même un objectif de valeur constitutionnelle, que le respect de ce pluralisme est l'une des conditions de la démocratie ».

[13] Silence sur la question des médias au cours de la campagne électorale de 2002, silence sur l'interdit d'antenne de Julien Dray par TF1. (son propre parti s'est abstenu de protestation visible). Refus de Patrick Baudis, comme de François Hollande de réagir aux récents propos de Patrick Lelay. François Léotard, retraité de la politique, hors-jeu donc, auteur de la loi de 1986 sur la privatisation de TF1, et du dispositif visant un repreneur « disant le mieux culturel », a condamné les propos de Lelay, (re) justifiant par ailleurs la privatisation en 1986 de la 1ère chaîne publique (France Culture, « Le premier pouvoir », le 4 12 2004) ! Passage obligé pour les carrières politiques ! Le parti socialiste avait déjà abandonné le terrain de lutte sur cette question lors du débat autour du projet de loi (1ère mouture) sur la liberté de communication (loi du 1er août 2000, modifiant la loi de 1986) après l'arrivée au pouvoir de Jospin en juin 1997. TF1 fait-il peur ?

[14] Voir l'intervention de Christian Pradié au colloque « Le tiers secteur audiovisuel : un accès citoyen à la télévision » qui s'est tenu à l'Assemblée Nationale le 31 janvier 2000.

[15] Analyse empruntée à Pierre Musso : voir *La dérégulation de la communication politique comme neutralisation du politique*. in *Télécommunications et philosophie des réseaux, la postérité paradoxale de Saint-Simon*, pp. 352-360. PUF, Paris, 1997.

[16] La responsabilité des socialistes est également et sérieusement engagée dans le retard apporté à traiter cette question. Voir Charlotte Dudignac *Le parti socialiste et le tiers secteur de l'audiovisuel (1977-1985/1997-2002)*, mémoire de DEA. Paris 1 Panthéon-Sorbonne, septembre 2003.

[17] *Le Monde* du 18 06 2004.

Action-CRItique-MEDias [Acrimed]

Un site : <http://www.acrimed.org>. – Une liste d'informations - « Le Magazine d'Acrimed » - destinée exclusivement aux messages (en général mensuels) en provenance de l'Association. Pour s'inscrire, envoyer un message vide à sympa@samizdat.net, en ajoutant **subscribe acrimed_1** dans le titre (champ « objet » ou « sujet »)- **Adhésion** : A envoyer sur papier libre à Acrimed, 17, avenue des Sycomores, 93310 Le Pré-Saint-Gervais - **Merci d'écrire lisiblement**

J'adhère à l'association ACRIMED. Ci-joint un chèque à l'ordre de " Action Critique Médias " (Montant 2004-2005 : 10 euros pour les étudiants, les chômeurs et les précaires, 40 euros pour les revenus supérieurs à 2000 euros par mois et 25 euros pour tous les autres).

Nom Prénom :

Adresse postale :

Téléphone : Adresse électronique (très lisiblement)..... Date et signature