

# Satellifax

Le premier quotidien de l'audiovisuel

MERCREDI 26 OCTOBRE 2005 - N° 2355

page 1 / 9

## Les principaux titres

### A LA UNE

■ **ZALEA TV** : examen... et rejet express par le Conseil d'Etat de son référé-suspension contre le CSA

### TV SUR CABLE, SATELLITE, ADSL, MOBILES

■ **LAGARDERE NETWORKS INTERNATIONAL** : nouveaux accords de diffusion

### DROITS SPORTIFS

■ **EUROSPORT 2** : accord avec l'Euroleague Basketball

■ **UEFA** : la vente des droits TV devrait dépasser les 650 M€ pour la saison 2006-2009

### ENTREPRISES ET MARCHES

■ **EUTELSAT** : modification des modalités de son introduction en Bourse

■ **NRJ GROUP** : chiffre d'affaires consolidé octobre 2004-septembre 2005 de 331,32 M€ (+ 1,8 %)

### INSTITUTIONNEL

■ **UPC FRANCE** : recours contre une décision de Bruxelles sur le réseau haut débit du Limousin

■ **DIRECTIVE TVSF** : les cinéastes européens se mobilisent

■ **PROGRAMME MEDIA 2007** : budget adopté par le Parlement européen

### INTERNET

■ **INFOLIVE.TV** : chaîne d'info israélienne en 4 langues

### EVENEMENTS

■ **MOBILEVENT** : lancement du Mobile Film Festival

■ **SPORTEL 2005** : le téléphone portable veut incarner l'avenir de la diffusion sportive

## A la Une

■ **ZALEA TV** : examen...et rejet express par le Conseil d'Etat de son référé-suspension contre le CSA

Audience publique hier matin devant le **Conseil d'Etat** pour examiner le **référé-suspension** déposé par **Zaléa TV** contre le rejet par le **CSA** de la candidature de la chaîne associative sur la **TNT nationale** (voir nos informations du 5 septembre avec la lettre du CSA exprimant ce rejet et les motifs de ce référé). Etaient présents pour la chaîne, défendue par Me **Hélène Masse-Dessen**, avocat attaché au Conseil d'Etat et à la cour de cassation, **Michel Fizbin**, directeur du développement et cofondateur de Zaléa TV, ainsi que **Boris Perrin**, le président de l'association, **Olivier Azam**, responsable de la production et des militants de l'association. Pour le CSA s'est principalement exprimé M. **Eddie Tadej**, responsable du contentieux au CSA. Etaient également présents **Béatrice Jacomet**, directrice de la

DOA, **Manuel Vasquez**, dga, et **Didier Guilloux** (direction des études et de la prospective). Ils étaient auditionnés par **Bernard Stirn**, président-adjoint section du contentieux. Celui-ci a indiqué à l'issue de l'audition que la **décision** du Conseil d'Etat sera rendue **dans le courant de la semaine**.

Un **délai** qui a... **effectivement** été **tenu** puisque, selon nos informations, le Conseil d'Etat a **rendu son arrêt l'après-midi même**. Refusant de considérer qu'il y a une quelconque urgence justifiant de suspendre la décision du CSA, **il renvoie Zaléa TV au fond**. La requête en annulation faite par Zaléa de la décision du CSA sera donc **jugée au fond dans les mois à venir**, le **délai maximum** étant de **11 mois** à compter d'aujourd'hui.

## TV sur câble, satellite, ADSL, mobiles

■ **LAGARDERE NETWORKS INTERNATIONAL** : nouveaux accords de diffusion

**Lagardère Networks International (LNI)** a annoncé hier de **nouveaux accords de diffusion** pour les chaînes thématiques de Lagardère Active. Ainsi, **Mezzo** a signé en Grèce et à Chypre pour une **reprise** sur le bouquet satellite **Nova** ainsi qu'à Saint Petersburg sur le principal réseau ; **MCM Top** et **Mezzo** en Turquie grâce à un nouveau partenariat signé avec le bouquet satellite **Digiturk** ; **Canal j** en **Suisse romande** dans le canton du Valais.

Par ailleurs, des accords de reprise ont été signés par LNI pour la chaîne panarabe **Al Jazeera Children's Channel** sur les **principaux bouquets en Europe** (France, Allemagne, Suisse, Espagne) et au **Moyen-Orient** (Liban et Jordanie).

Enfin, LNI annonce le **renouvellement de son mandat** pour la distribution internationale des **chaînes thématiques d'AB Groupe** : **AB Moteurs**, **Escapes**, **Animaux**, **Encyclopedia**, **Chasse & Pêche** et **XXL**.



## Partenaire

de la 2<sup>ème</sup> Université de la Communication  
de l'Amazonie

Cayenne du 25 au 28 octobre 2005

www.rfo.fr

## Droits sportifs

### ■ EUROSPORT 2 : accord avec l'Euroleague Basketball

Eurosport 2 a signé hier avec l'Euroleague Basketball un accord portant sur la couverture de l'Uleb Cup qui débutera le 8 novembre. Ce contrat s'étend sur quatre saisons (2005-2006 jusqu'à 2008-2009) et permet à l'Uleb Cup et à l'Euroleague Basketball de toucher plus de 20 millions de foyers européens, soulignent les deux partenaires dans un communiqué commun.

La chaîne proposera deux tranches horaires

hebdomadaires dédiées aux matches de cette compétition, dont une retransmission en direct le mardi en prime time suivie d'un match en différé. Eurosport 2 diffusera au total les 17 semaines de compétition de la saison régulière jusqu'à la finale du 11 avril 2006. En complément, elle diffusera chaque vendredi en access prime time un magazine hebdomadaire de 30 minutes axé sur l'Euroleague Basketball et l'Uleb Cup.

### ■ UEFA : la vente des droits TV devrait dépasser les 650 M€ pour la saison 2006-2009

La vente des droits TV de la Ligue des champions pour la période 2006-2009 s'oriente vers des chiffres records, supérieurs au précédent record de 650 M€, indique l'Union européenne de football (UEFA). Alors que les droits TV ont d'ores et déjà été attribués dans la très grande majorité des pays européens, l'UEFA n'a toutefois pas précisé le montant des recettes pour la période 2006-2009. « Les niveaux de ventes records sur un marché extrêmement compétitif sont très gratifiants et sont une indication claire que

la décision prise par l'UEFA de réduire le format de l'épreuve il y a deux ans était justifiée et a eu pour conséquence d'accroître sa valeur sur le marché », selon Lars-Christer Olsson, dg de l'UEFA. L'UEFA avait décidé pour la saison 2006-2009 de réduire à 13 semaines, contre 17 auparavant, la durée de la compétition, « introduisant une seule phase de groupes et des huitièmes de finale » après que les ventes des droits TV eurent chuté en 2003.

### ■ COUPE DU MONDE 2006 : vente des droits TV « presque complète »

La vente des droits TV de la Coupe du monde de football 2006 est « presque complète » et couvre actuellement 208 pays à travers le monde, a annoncé lundi le diffuseur officiel de la compétition, Host Broadcast Services (HBS), filiale d'Infront, au Sportel de Monaco. En septembre 2005, des droits ont été vendus pour la totalité des pays du continent américain, de même que pour la totalité des pays d'Afrique, a indiqué Francis Tellier, directeur général de HBS. La vente des droits ne couvre pour l'instant que 90 % du territoire européen, avec quelques absents comme la

Pologne, pourtant qualifiée pour la compétition qui se déroulera en Allemagne du 9 juin au 9 juillet 2006. Seuls 75 % du territoire océanien et 70 % de l'Asie, sans presque aucun pays d'Asie Centrale, ont pour l'instant été « vendus » par la société Infront, chargée des ventes des droits de retransmission de la compétition pour le bénéfice de la Fédération internationale de football (Fifa). Par ailleurs, sept licences « nouveaux médias », couvrant trente pays et concernant l'envoi d'images et commentaires pour l'internet haut débit et la téléphonie mobile, ont été signées.

## Entreprises et marchés

### ■ NRJ GROUP : chiffre d'affaires consolidé octobre 2004-septembre 2005 de 331,32 M€ (+ 1,8 %)

NRJ Group a indiqué hier avoir enregistré un chiffre d'affaires consolidé hors opérations d'échanges de 331,32 M€ sur la période octobre 2004-septembre 2005, en progression de 1,8 % par rapport à la même période l'an dernier. L'activité de radios nationales chute de 3 % sur la période, passant de 210,55 M€ à 204,19 M€. Le groupe affirme notamment avoir été « pénalisé par la baisse des investissements publicitaires de grands annonceurs notamment durant le dernier trimestre ». L'activité des radios locales progresse de 5,9 %, à 39,83 M€, de même que l'activité diffusion (+ 3,4 %, à 7,25 M€). La progression de celle-ci est due au démarrage de l'activité diffusion TNT, « qui a permis de rattraper le retard pris par l'activité faisceaux hertziens », selon NRJ Group.

L'activité radios à l'international croît de 3,5 %, à 39,83 M€.

L'activité hors médias progresse fortement, à 20,33 M€ (+ 65,5 %). NRJ Group explique cette forte croissance par « l'augmentation conjuguée du nombre d'événements vendus et du prix de commercialisation moyen de ceux-ci, ainsi que par la performance des activités internet et multimédia ». Les « autres activités », qui comprennent NRJ TV, chutent de 37,4 %, à 0,95 M€. Le groupe n'avance pas d'explications sur ce résultat. Quant à ses perspectives, NRJ Group indique que « le quatrième trimestre de l'année civile sera riche en terme de concrétisation des nouveaux projets stratégiques pour le groupe », notamment avec l'élargissement de la couverture de la TV sur mobile et de la TNT. « En ce qui concerne l'activité radio nationale, le chiffre d'affaires du bimestre octobre-novembre 2005 affichera une évolution positive par rapport à l'année dernière », assure le groupe.

IDATE

Les 1<sup>ères</sup> rencontres Internationales de la TV

www.idate.org

Télévision 2015 :  
Les enjeux

22 Nov. 2005  
Montpellier (France)

## ■ EUTELSAT : modification des modalités de son introduction en Bourse

Eutelsat a annoncé hier sa décision de **revoir à la baisse sa fourchette de prix** pour son introduction en Bourse ainsi que la taille maximale de l'offre. L'opérateur européen de satellites a annoncé une nouvelle fourchette indicative de prix de ses actions comprise entre 12 € et 13,80 € par action contre 15,25 € et 17,75 € précédemment. La période de placement global qui devait se clôturer hier a été **prolongée au 27 octobre**, a-t-il précisé dans un communiqué. Un maximum de 71,7 millions d'actions seront offertes, avant exercice de l'option de surallocation, représentant 33 % du capital social et des droits de vote.

Le nombre exact d'actions nouvelles offertes sera déterminé sur la base du prix définitif de l'offre afin que le montant total

de l'augmentation de capital, prime d'émission comprise, ressorte à 860 M€. **Les actionnaires existants de la société ne céderont pas d'actions** dans l'offre, hors option de surallocation, selon le communiqué. Pour certains actionnaires, une option de surallocation est prévue, représentant un maximum de 8 % du nombre total d'actions offertes. Le placement global et l'offre au public à prix ouvert (OPO) en France, qui ont débuté le 11 octobre, devraient se clôturer le **27 octobre**. Le prix de l'offre devrait être fixé le 28 octobre, le début des transactions sur les actions Eutelsat devant intervenir le 31 octobre. **Le produit net de l'émission des actions nouvelles** est estimé à **824 M€**. Il sera affecté au remboursement de la dette, a indiqué l'opérateur de satellites.

## ■ BOLLORE : 20,48 % du capital d'Aegis

Le **groupe Bolloré** est monté à **20,48 %** du capital de la société britannique de marketing **Aegis**, selon un communiqué de la **Financière du Loch** diffusé hier à la Bourse de Londres.

En passant le seuil des 10 % du capital, Vincent Bolloré s'était assuré de ne pas être obligé de céder ses titres en cas de rachat d'Aegis par une tierce partie. S'il arrive à **25 %**,

selon la loi sur les entreprises (Companies Act) en vigueur au Royaume-Uni, il pourra empêcher que les statuts de la société soient modifiés sans obtenir l'approbation de l'assemblée générale des actionnaires, où les votes se font à une majorité de 50 % pour les assemblées ordinaires et de 75 % pour les assemblées extraordinaires.

TNT

## ■ CSA : publication au JO de la délibération relative à la numérotation

La **délibération** du 18 octobre 2005 du CSA relative à la **numérotation des chaînes payantes de la TNT** a été publiée

au **JO** d'hier (nos informations du 20 octobre). Le tirage au sort aura lieu dans les locaux du CSA le **3 novembre à 10 h**.

Institutionnel

## ■ UPC FRANCE : recours contre une décision de Bruxelles sur le réseau haut débit du Limousin

Le câblo-opérateur **UPC France** a déposé le **28 septembre** un **recours en annulation** contre une **décision de la Commission européenne** concernant le **réseau haut débit du Limousin**, indique la **Cour de justice des Communautés européennes** (CJCE). La Commission a estimé, dans une

décision rendue le **3 mai**, que les **subventions publiques** envisagées pour le développement de ce réseau n'étaient **pas constitutives d'aides d'Etat**, ce que conteste le câblo-opérateur. Ce dernier commercialise son réseau câblé sur Limoges.

## ■ DIRECTIVE TVSF : les cinéastes européens se mobilisent

« La **Commission européenne** doit saisir l'opportunité qu'offre la révision de la directive TVSF pour **généraliser** à l'ensemble des opérateurs de contenus audiovisuels **les règles de soutien à la diversité culturelle** », ont fait valoir hier **les cinéastes européens** dans un communiqué émanant de la **SACD**. La Commission « commettrait une erreur politique lourde de conséquences à la fois pour l'identité européenne et pour la création si elle manquait ce rendez-vous », soulignent les cinéastes.

Evoquant la **Convention internationale sur la protection et la promotion de la diversité des expressions**

**culturelles**, qui vient d'être **adoptée à l'Unesco**, les cinéastes estiment que « cette convention représente le **premier instrument international** de soutien à la diversité de la création ». « Il serait paradoxal et finalement dramatique que l'Europe défasse d'un côté ce qu'elle a contribué grandement à élaborer de l'autre », ajoute le communiqué. Et de conclure : « Nous ne comprendrions pas que l'Europe, sur son propre territoire, ne défende pas avec davantage d'ambition, de sincérité et de force la diversité culturelle **auprès de l'ensemble des diffuseurs d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques.** »

## ■ CNIL : repérage automatique des pirates, la Cnil oppose son refus

La **Commission nationale de l'informatique et des libertés** (Cnil) a annoncé hier avoir rejeté la demande de **quatre sociétés d'auteurs et de producteurs** qui voulaient repérer

automatiquement, par des dispositifs informatiques, les internautes qui mettent de la musique à disposition sur les sites de peer to peer (P2P). La Cnil leur a également refusé ■ ■ ■

▪ ▪ ▪ le droit d'envoyer à ces internautes, après détection, des messages de prévention par le biais des FAI.

Ces quatre sociétés sont la **Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique** (Sacem), la **Société pour l'administration du droit de reproduction mécanique** (SDRM), la **Société civile des producteurs phonographiques** (SCPP) et la **Société civile des producteurs de**

## ■ PROGRAMME MEDIA 2007 : budget adopté par

Le **Parlement européen** a adopté hier en première lecture, la mise en œuvre du programme de soutien au secteur audiovisuel européen **Media 2007** qui prévoit un **budget de 1 Md€** sur la période 2007-2013 (nos informations d'hier). Les députés européens ont fait valoir leur soutien à l'industrie du film européen en adoptant à mains levées cette décision, souligne le Parlement dans un communiqué. Le rapporteur, **Ruth Hieronymi**, a estimé que ce budget constitue le **minimum requis** pour atteindre les objectifs du programme », précise le communiqué. Toutefois, « des **amendements ont été introduits** pour rationaliser les procédures d'octroi des subventions et faciliter l'accès aux prêts pour les PME de

## ■ ARCEP / MARCHÉ DE GROS DES SERVICES DE DIFF. AV : bilan de la consultation publique

L'**Arcep** (Autorité de régulation des communications électroniques et des postes) publie sur son site l'**ensemble des contributions** à la consultation publique lancée en juillet sur son analyse de la situation concurrentielle du « **marché de gros des services de diffusion audiovisuelle** (dit marché 18, ndlr) », soit l'un des 18 marchés identifiés comme pertinents par la Commission européenne et donc susceptibles d'être soumis à une régulation sectorielle (nos informations du 21 juillet). Voici quelques éléments du **bilan de la consultation publique**, également mis en ligne sur le site de l'Autorité.

Dans son analyse, l'**Arcep** qui a procédé à la délimitation du « **marché pertinent** », estime que **seul le marché de gros des services de diffusion hertzienne terrestre de programmes télévisuels** correspond à cette définition. Ce marché comprend les offres de gros d'accès proposées par un diffuseur à un autre diffuseur en vue de fournir des services de diffusion hertzienne terrestre de programmes TV, en mode analogique ou numérique, précise l'Arcep. « **TDF conteste ce point** » dans sa contribution, indique l'Arcep. L'opérateur affirme qu'il est « **possible économiquement**, voire plus avantageux, **de diffuser la TNT** sur une zone donnée à partir d'un ou plusieurs autres lieux que le site existant de diffusion analogique ». Il ajoute qu'il est possible de desservir des compléments de zones non couvertes en hertzien, par d'autres moyens que la TNT [...] et que des solutions alternatives peuvent être exploitées « dans des délais compatibles avec le marché aval de la diffusion TNT, puisque, d'une part le CSA a publié plusieurs années à l'avance la liste des caractéristiques techniques des zones à couvrir et, d'autre part, [...] il arrête le calendrier de déploiement zone par zone ». En revanche, **la plupart des autres acteurs** (Antalis TV, BFM TV, France Télévisions, Lagardère Active, Métropole Télévision) partagent l'analyse de l'autorité. L'Arcep constate que certains acteurs estiment que « les sites de TDF ne sont pas répliquables d'un point de vue économique ou réglementaire tandis que d'autres jugent que les sites de TDF sont répliquables à moyen terme [...] ». Toutefois, l'autorité

**phonogrammes en France** (SPPF). Elles avaient déposé leur demande en avril. La Cnil, qui publie sa décision sur son site internet ( [www.cnil.fr](http://www.cnil.fr) ), rappelle une **décision du Conseil constitutionnel** selon laquelle « les données collectées à l'occasion des traitements portant sur des infractions aux droits d'auteur ne (peuvent) acquérir un caractère nominatif que sous le contrôle de l'**autorité judiciaire** ».

le Parlement européen

l'industrie du film notamment pour les **productions indépendantes** », indique le communiqué.

Les députés ont par ailleurs déploré « l'**absence quasi complète d'établissements spécialisés dans l'apport de crédits au secteur audiovisuel** », ajoute le Parlement. Soulignant l'importance des coproductions et d'un marché numérique compétitif, ils ont estimé que « **la numérisation doit être au cœur du programme Media 2007** » et ont demandé de **nouvelles plates-formes de distribution numériques pour les œuvres audiovisuelles européennes**. Le rapporteur a par ailleurs rappelé que les films américains représentent 71 % du marché du film en Europe.

estime que « la pertinence d'un marché pour une régulation existante n'est **pas conditionnée par la qualification d'infrastructures essentielles** du réseau d'un opérateur réputé exercer une influence significative sur un marché ».

### Désignation de TDF comme opérateur puissant

Dans son analyse, l'autorité propose de désigner **TDF** comme « **exerçant une influence significative** sur ce marché » et propose de lui « imposer un **certain nombre d'obligations** », notamment : faire droit à toute demande raisonnable d'accès à ses bâtiments et pylônes d'une part, et à la chaîne de diffusion d'autre part ; rendre obligatoire la non-discrimination ; publier une offre, dont les caractéristiques restent à définir ; interdire la pratique de tarifs d'éviction ou excessifs.

Selon les réponses reçues, « **la plupart des acteurs** (Antalis, BFM TV, France Télévisions, Lagardère Active, towerCast) **partagent cette analyse**, relève l'Arcep qui maintient son analyse initiale au regard des parts de marché de TDF en terme de nombre de sites contrôlés. Sur la question **des obligations** imposées à TDF, l'**opérateur TDF** considère que « l'action du régulateur [...] ne devrait pas être plus contraignante que sur le marché de l'accès aux infrastructures pour la diffusion de la TNT que sur le marché 15 (accès et départ d'appel sur les réseaux mobiles) ». Après la prise en compte des contributions reçues, l'Autorité maintient son analyse sur la **pertinence** de ces obligations.

L'**Arcep** indique avoir **saisi le 17 octobre le CSA** pour avis sur son analyse du marché des services de radiodiffusion (marché 18). Le CSA dispose désormais de six semaines pour transmettre sa réponse. L'autorité transmettra également son analyse pour avis au **Conseil de la concurrence**. Les projets de désignations correspondant à la définition du marché, la désignation de « l'opérateur puissant » et la fixation des obligations spécifiques seront ensuite **notifiés à la Commission européenne** et aux **autorités réglementaires** des autres Etats membres de l'Union européenne

### ■ ALLEMAGNE / PROSIEBENSAT.1 : bond du bénéfice avant impôts au 3ème trimestre

Le groupe allemand de télévision **ProSiebenSat.1** a indiqué hier dans un communiqué avoir **multiplié son bénéfice** avant impôts **par neuf** au troisième trimestre, à 38,5 M€ contre 4,3 M€. Le chiffre d'affaires a pour sa part augmenté de 15 % à 415,9 M€ contre 362,1 M€ et l'excédent brut d'exploitation a presque triplé, à 60 M€ contre 21,7 M€, selon des chiffres provisoires. Le groupe, qui opère **quatre chaînes privées**, a réussi à augmenter ses revenus publicitaires pour toutes ses chaînes, a-t-il déclaré. ProSiebenSat.1 table toujours sur un

marché publicitaire allemand en déclin de 2 % cette année, mais compte faire mieux que le marché. Le bond surprise du CA du groupe au troisième trimestre contraste avec un premier semestre plus mesuré et conduit ProSiebenSat.1 à **réduire son objectif de baisse** des coûts à 20 M€, contre 30 M€ prévus encore en août.

Rappelons que ProSiebenSat.1 est en train d'être racheté par le groupe d'édition berlinois **Axel Springer**. Il publiera son rapport trimestriel définitif le 10 novembre.

### ■ G-B : la BBC annonce la création d'une chaîne en arabe

La **BBC** a annoncé hier la **création d'une chaîne internationale en arabe**, se voulant concurrente d'Al-Jazira. **BBC Arabic Television** est prévue **pour 2007**, année même ou Al-Jazira a pour sa part l'intention de lancer une chaîne en anglais. Le lancement de la chaîne en arabe de la BBC, d'un coût annuel estimé à **19 M€** (environ 28 M€) créera **148 nouveaux emplois**. Parallèlement, la BBC compte supprimer 218 postes avec la fermeture annoncée jeudi de **10 services de radio en langue étrangère**, à destination principalement des pays d'Europe de l'Est, Bulgarie, Croatie,

Hongrie et Pologne notamment, mais aussi de la Thaïlande et de la Grèce. « L'origine de la plupart des services européens remonte à la Seconde Guerre mondiale et ont bien servi leurs auditeurs dans les années de la guerre froide », a expliqué le directeur du service mondial de la BBC, **Nigel Chapman**. « Mais l'Europe a radicalement changé depuis le début des années 90 », a-t-il fait valoir. Il a qualifié les changements annoncés hier comme « la **plus grande transformation** » jamais menée depuis que la BBC a commencé il y a presque 70 ans ses émissions à destination d'un public international.

### ■ JAPON / SPACE COMMUNICATIONS : service de VoD haute définition

La société japonaise **Space Communications** a annoncé hier le lancement **en novembre** d'une **offre de VoD en haute définition** destinée aux **fournisseurs d'accès à internet** qui pourront ainsi proposer des services à leurs clients haut débit. Baptisé **Hitdownload**, ce service permettra aux FAI utilisant les infrastructures à haut débit par fibre optique (FTTH) de proposer à leurs abonnés le téléchargement de films, documentaires et autres contenus en HD, ce qui selon Space Communications, constitue une première au Japon.

Les réseaux FTTH, auxquels sont abonnés environ 4 millions de foyers, permettent un débit théorique maximal de 100 Mbit/s dans les deux sens, autorisant le transfert rapide de données très volumineuses, dont les vidéos en HD. Les œuvres seront protégées via le système de gestion de droits DRM de Microsoft. Toutefois, les contenus téléchargés sur un PC pourront être regardés sur un téléviseur HD via un réseau domestique local. Figureront entre autres au catalogue, des films de la chaîne **National Geographic** en haute définition.

### ■ E-U : trois piliers du câble bientôt dans la téléphonie mobile via Sprint (WSJ)

Un consortium de câblo-opérateurs américains incluant **Comcast, Time Warner Cable (TWC)** et **Cox Communications**, est sur le point de s'entendre avec **Sprint Nextel** pour vendre des services de téléphonie mobile via le réseau de cet opérateur, selon le *Wall Street Journal* paru hier. L'accord, qui pourrait être annoncé dans les prochaines semaines, donnerait aux grands exploitants du câble de **nouvelles armes** face aux opérateurs téléphoniques, avec lesquels ils sont déjà en concurrence dans la téléphonie fixe

et l'accès à internet en haut débit.

Les câblo-opérateurs seraient d'autant plus désireux de pouvoir vendre de la téléphonie mobile que les opérateurs téléphoniques ne cachent plus leurs ambitions dans la **distribution de programmes de télévision via leurs lignes DSL**. Le numéro un américain des télécoms **Verizon** s'est récemment lancé (sur une seule agglomération) dans l'offre de télévision et **SBC Communications** doit lancer son propre service TV d'ici à la fin de l'année.

### ■ E-U : Weinstein Co. préparerait une déclinaison TV de Sin City

Selon le magazine américain *Variety*, **Weinstein Co.**, la société de production lancée récemment par les frères **Harvey et Bob Weinstein**, s'apprêterait à **lancer une branche de production**

**de séries tv**. Six projets seraient déjà en développement parmi lesquels une adaptation télé de *Sin City*, la BD de **Frank Miller** portée à l'écran cette année par le réalisateur **Robert Rodriguez**.

## Internet

### ■ INFOLIVE.TV : chaîne d'info israélienne en quatre langues

Une **chaîne d'information TV israélienne** exclusivement diffusée **sur internet** se lancera le **30 octobre**. Baptisée **infolive.tv**, cette chaîne souligne avoir pour objectif de

« proposer au monde entier **un regard direct sur le Proche Orient et Israël** ». Editée par la société Infolive.tv dont le siège social est à Jérusalem, elle sera diffusée en direct ■ ■ ■



▪ ▪ ▪ de Jérusalem, en **français/anglais**, puis en **espagnol** à compter du 15 novembre et en **arabe début 2006**. Elle proposera notamment un JT tout en images ; des reportages d'analyse ; une revue de presse quotidienne, des magazines. Infolive.tv indique avoir signé un contrat d'exclusivité avec la chaîne privée israélienne **Channel 10** qui fournit quotidiennement des reportages en provenance du Proche-Orient.

Cette chaîne est dirigée par **Olivier Rafowicz**, auteur du livre **Le Temps du retour** (Ed. Fabre), lieutenant colonel et ex-porte-parole de Tshal pendant l'intifada. L'accès à infolive.tv s'effectue de deux manières : l'une, par téléphone et l'autre, par un code d'accès dont la validité est de 30' par jour. Le coût d'accès est de 1,80 € par jour payable par téléphone via la solution sécurisée d'Allopass (24 heures glissantes). L'autre, par **abonnement mensuel** à 39 € payé par carte bancaire.

## Evénements

### ■ MOBILEVENT : lancement du Mobile Film Festival

L'agence événementielle **Mobilevent** a annoncé la création du **Mobile Film Festival**, le premier festival, en ligne et grand public, de courts métrages d'une minute réalisés spécifiquement avec un **téléphone mobile**. Ce festival se déroule en deux temps. Du 27 octobre au 20 décembre, les films réalisés via téléphones portables seront téléchargés sur le

site [www.mobilefilmfestival.com](http://www.mobilefilmfestival.com). Du 3 au 15 janvier, le jury du festival présidé par **Janine Langlois-Glandier**, présidente du **Forum de la télévision mobile**, visionnera la sélection officielle et décernera 3 prix. Un vote en ligne permettra au public d'attribuer son meilleur prix. A noter que **France Télévisions Interactive** fournit l'hébergement des vidéos sur internet.

### ■ SPORTEL 2005 : le téléphone portable veut incarner l'avenir de la diffusion sportive

La **diffusion d'événements sportifs** sur les téléphones mobiles devrait constituer la prochaine « **révolution** » médiatique dont opérateurs, diffuseurs et monde sportif ont tenté d'imaginer les répercussions économiques, lors du colloque sur « les nouveaux écrans du sport » organisé dans le cadre du 16ème **Sportel de Monaco**.

« Depuis 2002, nous avons **tout mis en œuvre pour acquérir les droits de diffusion des grands événements sportifs**, parce que cette évolution ne relève pas du gadget mais d'une **tendance lourde** de la consommation », a indiqué lundi **Julien Billot**, directeur du développement d'Orange France. Cette évolution va s'imposer car elle rejoint la volonté des consommateurs d'accéder à un « **divertissement personnalisé** », programmé sur mesure, estime **Julien Billot**, qui annonce **100 000 utilisateurs de vidéo mobile Orange** en 2005 et « plusieurs millions l'année prochaine ».

« Cette diversité des demandes va faire **tomber les barrières** entre contenu internet, radio, télé et mobile, obligeant tous ces médias à **travailler en complémentarité** », a estimé **Andrew Thompson**, directeur du développement nouveaux médias et sports pour **BBC Sport**. Dans cette perspective, annonce **Jean Réveillon**, secrétaire général de l'UER, la distinction ne se fera plus entre écrans « mobiles ou statiques », mais **entre les médias non linéaires** qui offriront des contenus à la demande et **les médias linéaires** qui

offriront à tous les spectateurs le même programme au même moment. Cette différenciation existera également en matière de droits sportifs dont le montant ne sera plus calculé en fonction du support de diffusion mais selon qu'il s'agit d'une **diffusion préprogrammée ou à la demande**, affirme **Andrew Thompson**.

De son côté, **Niclas Ericson**, manager des droits TV de la Fifa, estime que les droits TV resteront « la **source de revenus la plus importante** ». Face à ce marché des droits TV, les opérateurs de téléphonie mobile peuvent se poser en complément, et non en concurrent, des chaînes TV, estime le directeur du développement d'Orange France.

« Nous ciblons la diffusion de **certaines sports peu visibles** à la télévision tout en proposant des contenus conçus pour être visualisés en situation de mobilité, très différents du spectacle qu'offre l'écran de télévision à domicile », souligne **Julien Billot**. Orange ne cache cependant pas son ambition de devenir producteur d'événements sportifs et de s'assurer **l'exclusivité de certaines diffusions**, en rétrocédant une partie des droits aux chaînes hertziennes, à l'image de la récente couverture du record de **Bruno Peyron** dans le trophée Jules Verne. « Ces cas se multiplieront, espère **Julien Billot**. Posséder une exclusivité constitue un argument de vente et de différenciation important auprès de nos clients. »

### ■ SPORTEL / SPORT A LA TV : nécessaire adaptation au format TV, selon Jacques Braun

**Jacques Braun**, directeur de l'international à **Médiamétrie**, a souligné l'importance de la **diffusion et de l'adaptation au format TV** pour les disciplines sportives en termes de notoriété et de ressources financières, lors d'un colloque consacré à « l'influence de la télévision : règles et arbitrages » au **Sportel** de Monaco. Selon lui, « être retransmis à la télévision est doublement important pour les compétitions sportives puisque cela leur apporte **notoriété et ressources financières**. Reste que pour être diffusée à la télévision, une compétition sportive doit en **comprendre les règles** pour proposer le **format le mieux adapté** ». La clef réside selon lui **dans la simplicité des**

**formats**, avec des rendez-vous réguliers proposant un véritable enjeu, et des durées plutôt courtes. Mais si tous les sports sont concernés, tous ne se sont pas adaptés avec la même réactivité aux **contraintes audiovisuelles**. Ainsi, en proposant une compétition plus courte, la Ligue des champions de football a vu ses audiences remonter en France et en Allemagne, passant respectivement d'une moyenne par match sur la saison de 5,7 millions de téléspectateurs à **6,9 millions pour la France** et de 5,7 à **7,2 millions pour l'Allemagne** (chiffres d'Eurodata TV Worldwide). Mais le **tennis** ou le **ski** (Coupe du monde) restent difficiles à suivre, Jacques Braun

## ■ PRIX PRODUCTEUR TV 2005 : les dix candidats

Le jury de présélection du **prix du producteur français de TV**, organisé par la Commission télévision de la Procirep, a indiqué hier avoir retenu **10 candidats**. Il s'agit de **17 juin média, Agat Films/Ex Nihilo, Alphanim, Bonne Pioche, Calt production, Gédéon programmes, Marathon, Method Films, Scarlett Production et Zed**. Les deux prix remis le **12 décembre** - Grand prix du producteur français et Prix du jury - seront décernés par un nouveau jury.

Le jury de présélection, présidé par **Alexandre Cornu**, producteur, président de la commission télévision de la Procirep,

était composé de : **Perrine Fontaine**, directrice des fictions de France 2, **Nathalie Altmann**, responsable de l'unité jeunesse de M6, **Olivier Stroh**, directeur général des programmes divertissement et découverte de Planète, **Stéphane Le Bars**, délégué général du SPFA (Syndicat des producteurs de films d'animation), **Marc-Olivier Sebbag**, délégué général du Spi (Syndicat des producteurs indépendants), **Mathieu Béjot**, délégué général de TVFI, **Jacques Peskine**, délégué général de l'Uspa (Union syndicale de la production audiovisuelle), et **Idzard Van der Puyl**, secrétaire général de la Procirep.

## ■ RADIO ! 2006 : les dates de la quatrième édition

La 4ème édition du **Radio !** se tiendra du **12 au 15 février 2006**, dans le cadre du **Siel**. Pour cette nouvelle édition, le Radio ! annonce « renforcer sa position de rendez-vous fédérateur des décideurs des ondes, où seront présentées les nouveautés du secteur comme la Convergence Radio

Broadcast ». Nouveauté pour 2006 : un **show-room** réservé aux démonstrations techniques de matériels qui permettra de découvrir ce premier récepteur multi-standards « **Digital Radio** », et de nombreux terminaux numériques tous formats (récepteurs satellites, mobiles, terrestres...).

## Production, programmes, audiences

### ■ FRANCE 2 : retour de la *Bande Dehouf* le 14 novembre, sortie du DVD

La série **Bande Dehouf** (Martange), lancée en avril dernier, revient sur **France 2 à partir du 14 novembre**, du lundi au vendredi à 19 h 50, indiquait hier France Télévisions. Des invités devraient y faire des apparitions. Sont annoncés le comédien **Pierre Palmade**, l'imitateur

**Nicolas Canteloup**, ou encore l'animateur **Patrick Sébastien**. La première saison de la *Bande Dehouf* vient par ailleurs de **sortir en double-coffret DVD** édité par **France Télévisions Distribution** et disponible au prix de **19,99 €**.

### ■ FRANCE 3 : diffusion du *Temps meurtrier* les 5 et 6 novembre en prime time

**France 3** diffusera les samedi 5 et dimanche 6 novembre à 20 h 50 **Le temps meurtrier** (2 x 90'), deuxième volet d'une trilogie criminelle entamée avec *La deuxième vérité*, également réalisée par **Philippe Monnier**. Un troisième opus sur la rumeur sera tourné au printemps. Dans l'univers délétère de la France

sous l'Occupation, le scénariste et écrivain **Jacques Santamaria** a imaginé une enquête sur le meurtre d'un notable dans la nuit du 31 décembre 1942, inspirée de faits divers réels. Un an d'écriture a abouti à une intrigue serrée, focalisée sur l'inspecteur Coezec, rôle écrit pour **Bruno Putzulu**.

## Dans les médias

Sélection d'articles de presse écrite, d'émissions radio ou TV, cette rubrique « Dans les médias » se veut un aperçu de notre secteur, vu par les autres médias et en complément de nos propres contenus. Ainsi qu'il est de tradition pour toute revue de presse, les opinions exprimées et les faits mentionnés ne doivent pas être considérés comme reflétant les vues de notre rédaction.

### ■ TELEGRENOBLE : le défi du direct loin d'être relevé

Les premières journées de diffusion auront montré que le défi (du direct sur TéléGrenoble, ndlr) est loin d'être gagné. La participation du public au premier direct a été marquée par le brouhaha envahissant de la centaine de personnes présentes, pour la plupart membres du club de paintball dont le responsable est l'invité du premier *JT près de chez vous*, entre la présentation d'une opération « pince à crotte de chien » et l'interview d'un des correspondants vidéastes de la chaîne... La première heure de direct est consacrée à des sujets moins légers, avec une ambition de débat et de libre parole de la part de la rédaction : on attend avec intérêt le direct de demain, consacré à « l'avenir des salariés de HP », depuis Eybens, siège isérois du groupe. La première fournée du *Téléperso* n'aura pas brillé par son

intérêt : « Je m'appelle Julien, je cherche du boulot. Contactez TéléGrenoble », déclare un étudiant. « On cherche des meufs ! », assèment deux ados... Le « carrousel » est plus prometteur. Les reportages des journalistes de la chaîne et de pigistes professionnels, notamment ceux assurés par la rédaction de l'hebdo culturel local, et les quelques sujets plus ou moins déjantés et réussis des vidéastes amateurs, offrent un point de vue inédit et séduisant sur la vie de l'agglomération. Avec une trentaine de sujets seulement au total, dont une minorité d'amateurs, l'ensemble est répétitif : comme pour le direct, l'interactivité prônée n'en est qu'à ses débuts mais la modestie des moyens est, elle, déjà visible.

*Libération*, mardi 25 octobre

## ■ STEPHANE PAOLI : ses ménages agacent les auditeurs de France Inter

Depuis plusieurs semaines, Stéphane Paoli est victime de harcèlement déontologique. Un auditeur (ou plusieurs), franchissant le filtre du standard de l'émission *Radio Com* (à 8 h 35 sur France Inter), lui reproche à l'antenne de « faire des ménages ». En clair d'accepter, en sus de son travail de journaliste, d'être payé pour animer des débats. Exemple cité par l'auditeur : Paoli invite le pdg des Galeries Lafayette sur France Inter le matin et, le soir, anime un débat sur « la

modernité » pour le même patron. « Oui », rétorque Paoli, « cela m'arrive de faire des ménages. Mais je me fixe une règle : jamais d'opérations politiques ! Cette activité ne déborde pas ma sphère de compétence qui est le journalisme ». Le standard de France Inter reste néanmoins ouvert. « On ne peut empêcher ce type d'appels, dit Paoli, et c'est très bien comme ça. »

*Libération*, mardi 25 octobre

## ■ M6 / TELEREALITE : deux « fortes têtes » quittent leur camp avant la fin

Le casting de l'émission de télé-réalité *Le camp des fortes têtes*, qui doit démarrer le mardi 1er novembre sur M6 est particulièrement réussi. La preuve : deux des six « adolescents en crise » partis au Canada pour les besoins du feuilleton documentaire ont quitté l'aventure avant la fin. Impossible pour eux de respecter les règles du jeu ni de s'adapter aux conditions de vie spartiates qui leur étaient

imposées. L'un d'entre eux s'est même révélé tellement impossible que la production a décidé de « flouter » son visage. Mais, juré-craché, l'éducateur qui a suivi la petite troupe affirme continuer à voir régulièrement les deux « sauvageons » rebelles.

*Le Figaro*, mardi 25 octobre

## ■ LE CERTIF / LE PENSIONNAT : TF1 pompe sur M6

Sommes-nous encore capables, au XXIème siècle, de passer le certif qui angoissait tant les élèves des années 50 ? C'est la seconde fois que la télé nous pose la question en deux ans, et ça commence à devenir gênant. S'agit-il de prouver que le niveau des Français a baissé ? Et de faire plaisir aux nostalgiques d'une discipline stricte ? En tout cas M6 a surfé sur l'énorme vague de succès des *Choristes* au cinéma... et maintenant TF1 s'engouffre dans le même créneau ! Après les remontrances de Monsieur Navarron dans *Le pensionnat* première version (à Chavagnes), ce sont donc Christophe Dechavanne, Patrice Carmouze et Sandrine Quétier qui vont jouer [...] les profs sévères dans *Le certif*. Et ils comptent nous faire plancher sur les mêmes matières que les ados du *Pensionnat* : maths, français, histoire-géographie, biologie, chimie et économie domestique. Du côté de la

production (Endemol) de l'émission de M6, on ne semble pourtant pas choqué outre mesure par les ressemblances entre les deux programmes estampillés fifties. « L'émission de Dechavanne est un divertissement alors que *Le Pensionnat* était de la télé-réalité. Ça n'a rien à voir. » Quand on sait que Dechavanne a travaillé pour ce même producteur Endemol en tant qu'animateur de *La ferme célébrités* ou du *Bac blanc*, on comprend mieux cette réaction polie... Du côté de M6, pas de commentaire. Pourtant, ce n'est pas la première fois que TF1 « pompe » une idée à sa rivale, qui avait déjà lancé une action en justice en 2003, au moment de la diffusion de *Nice People*, « format très proche de Loft Story ». Les deux étant des produits Endemol. [...]

*France Soir*, mercredi 25 octobre

## ■ M6 / FREMANTLE : une femme du sud pour piloter *Oui, chef !*

Après Cyril Lignac, M6 et le producteur Fremantle ont choisi une femme du sud de la France pour piloter la seconde saison de *Oui, chef !* Il s'agirait de Hermance Carro, jeune chef de

27 ans, qui officie actuellement au côté de son père maître cuisinier dans le restaurant familial situé à Fayence (Var).

*Le Parisien*, mardi 25 octobre

## E-U : les radios comptent sur le podcasting pour séduire de nouveaux auditeurs

Pour tenter de séduire les jeunes qui boudent les ondes, les radios américaines se lancent dans le podcasting. [...] Le portail américain Yahoo ! vient de lancer un service gratuit qui sert de répertoire aux amateurs de podcasting. Le géant d'internet réunit sur un site des centaines de programmes offerts aux adeptes du téléchargement, classés par genres. Google ne devrait pas tarder à offrir un service équivalent. Odeo.com et Podcast.net ont été pionniers en la matière. Yahoo ! estime que 5 millions de personnes ont déjà adopté le podcasting. Et le potentiel de croissance est considérable tant le baladeur numérique devient un produit prisé. Apple en a vendu plus de 20 millions ! Pour des stations de radio dont l'audience plafonne, toucher une cible jeune, plus habituée à surfer sur internet qu'à écouter la radio, est tentant. Désormais, 47 % des Américains de moins de 24 ans préfèrent écouter de la musique sur internet plutôt qu'à la

radio. Ce bouleversement des habitudes est accéléré par le taux de pénétration considérable des connexions à internet à haut débit. Les opérateurs radiophoniques veulent suivre leurs auditeurs potentiels dans leurs nouveaux modes de consommation. La perte d'annonceurs publicitaires au profit des médias online finirait du reste par menacer leur pérennité si elles ne misaient pas sur la portabilité. Ce phénomène est une illustration nouvelle du déclin de la « programmation sur rendez-vous » qui a dominé les médias au XXème siècle. Le public peut désormais choisir l'heure et le lieu de sa consommation culturelle. Cette révolution affecte aussi Hollywood, comme le prouvent la chute de fréquentation des salles de cinéma et la dépendance croissante des studios aux ventes de DVD et bientôt sous forme de téléchargement en ligne.

*Le Figaro*, vendredi 21 octobre



## ■ JEAN-PIERRE COTTET : des conséquences de la numérisation

Lui-même producteur pour le cinéma et la télévision pendant une quinzaine d'années, Jean-Pierre Cottet a intégré toutes les innovations technologiques. En professionnel de l'audiovisuel, il analyse les conséquences de l'arrivée du numérique. « Elle entraîne la multiplication des réseaux de diffusion, donc l'émiettement des audiences. Cela va conduire à la réduction des budgets de production et à la rotation très rapide de programmes Kleenex. Autre conséquence, la

numérisation va profondément modifier l'écriture des fictions. » Et, en sociologue averti, il anime à la demande de Jean-François Lamour, le ministre de la Jeunesse et des Sports, un groupe d'intellectuels réfléchissant à ses répercussions sur les enfants. « Leur cerveau est devenu multitâche, ils manipulent le mobile, la télé et le PC en même temps ». [...]

*Les Echos*, mardi 25 octobre

## ■ JEAN-LOUIS MISSIKA : « La télé est là pour nous rassurer »

Q : *Le Pensionnat, le certif...* Pourquoi la télé revisite-t-elle l'école de nos parents et grands-parents ? – Jean-Louis Missika : [...] Il existe une nostalgie d'une France plus calme, provinciale, qui n'était pas inquiète et bousculée comme aujourd'hui, celle d'avant les délocalisations et la grippe aviaire. C'est une représentation mythique, car cette France-là n'a en fait jamais existé. La télé est là pour nous rassurer. Le paradoxe, c'est que la télé est elle-même bousculée par l'internet.

Q : Est-ce une régression ? – JLM : Non, ça peut avoir sa forme de nécessité. La télé est quand même une immense machine à souvenirs. Et c'est aussi un jeu. On « joue » sur le mode décalé avec le monde tel qu'il était avant la guerre ou l'immédiat après-guerre, l'époque du « certif ». Ce type d'émissions fédère les générations. [...]

**Jean-Louis Missika**, pdg de JLM Conseil, interrogé par *Le Parisien*, mardi 25 octobre

## Agenda

### ■ L'AGENDA DE SATELLIFAX : rappel des événements d'aujourd'hui et de demain

**Jusqu'à demain**  
**Jusqu'à vendredi**  
**Demain**

**Sportel** à Monaco.  
(Cayenne, Guyane française). Deuxième **Université de la communication de l'Amazonie**.  
**Assemblée nationale**, conférence de presse, suite à l'examen par la commission des finances des crédits du budget médias 2006, de Patrice Martin-Lalande, rapporteur spécial de la commission sur la question. Contact : 01 40 63 55 19  
18 h 00 : **Media Institute**, conférence de presse sur la formation en alternance « Achat et vente d'espaces publicitaires dans les médias ». Contact : 01 40 89 25 03

## Les audiences

### LUNDI 24 OCTOBRE

	Millions de Pda téléspectateurs en %		Millions de Pda téléspectateurs en %	
<b>Access Prime Time</b>				
<b>TF1</b> A prendre ou à laisser (Jeu)	5,669	29,7	<b>C+</b> Le grand journal (Mag)	0,880 4,5
<b>F. 2</b> On a tout essayé (Mag)	3,412	18,9	<b>Arte</b> Les Gauchos, cavaliers... (Doc)	0,605 3,2
<b>F. 3</b> Actualités régionales (Info)	4,623	26,4	<b>M6</b> Les chemins de l'étrange (Série)	2,036 11,2
<b>Prime Time</b>				
<b>TF1</b> Mlle Joubert (Série, <b>Image et Cie</b> )	9,026	33,3	<b>F. 3</b> De Gaulle intime (Doc)	4,733 17,8
<b>F. 2</b> Ca se discute jour après jour (Mag)	5,118	20,2	<b>Arte</b> Les cent pas (Film)	0,550 2,0
<b>Night Time</b>				
<b>TF1</b> Confessions intimes (Mag)	3,632	35,1	<b>M6</b> La beuze (Film)	4,072 15,0
<b>F. 2</b> Complément d'enquête (Mag)	0,880	12,0	<b>F. 3</b> Soir 3 (Info)	1,981 14,9
			<b>Arte</b> A nous deux la Chine (Doc)	0,275 2,2
			<b>M6</b> China Strike Force (Film)	1,596 14,3

Source Médiamat - Médiamétrie (tous droits réservés Médiamétrie)