JEAN-PAUL LAFRANCE
ET JEAN-PAUL SIMON

Les télévisions locales en France

Y a-t-il un modèle (ou un contre-modèle) français des médias communautaires ? Peut-il exister des médias locaux dans ce pays qui fut un des plus centralisés et qui le reste encore très largement ? Peut-on identifier des expériences significatives de médias alternatifs, là où les communications furent soumises si longtemps au régime du monopole du service public ? Comment les pouvoirs publics locaux se sont-ils emparés des opportunités qui leur étaient offertes ?

Il est toujours périlleux d'exporter les concepts hors de leur contexte. Au cours des années soixante, plusieurs intellectuels français sont venus étudier au Québec les expériences de télés et de radios communautaires et la mise au point des systèmes de câblodistribution : ils sont revenus chez eux avec des images plein la tête de démocratie directe (la télé comme place du village), de communication de proximité, de *self media*, de vidéo-animation populaire, ou même de vidéo-guérilla[1]. Et quel responsable municipal de la communication n'est pas allé un jour rendre visite à No-Télé de Tournai en Belgique, cette mixture très réussie de télévision locale, communautaire et municipale. Pourtant, il n'y a pas de plus confus que les rapports entre média et territoire, télévision et espace local, communication et pouvoir local !

En fait, le local vient de façon insistante poser des questions que le niveau national a évacuées, supprimées ou tenté de classer.

1. Cf., sur ces luttes urbaines, Anne-Marie Duguet, *Vidéo, la mémoire au poing*, Paris, Maspero, 1981.

Quel accès les citoyens ont-ils à leur télévision ? Sous quelle forme (expression directe, participation, délégation) ? Quels rapports la télévision a-t-elle avec les élus ? Avec les autres protagonistes de la vie locale (associations, institutions, industriels et commerçants) ? Quel rôle doivent jouer (ou ne pas jouer) ces élus ?

Ce texte se propose de suivre l'émergence du phénomène des télévisions locales en France en tant que révélateur d'autres évolutions sous-jacentes, en particulier des nouvelles relations entre acteurs locaux et entre acteurs locaux et acteurs nationaux. Une première partie, plus historique, se concentre sur l'évolution globale du contexte depuis les années 70 plus que sur la narration des événements ponctuant ce développement[2]. La seconde partie dresse un bilan assorti d'une esquisse de typologie des télévisions.

I / Pirates, animateurs et service public ; répétition et balbutiements (1973-1983)

Au début des années 70, le premier plan câble (ou plan Messmer de 1973) va permettre au mythe communautaire de se déployer. Neuf villes (avant tout des villes nouvelles) vont connaître une intense mobilisation des citoyens, de leurs associations et des animateurs socioculturels du terrain[3]. Dans certaines d'entre elles, la mobilisation qui accompagnera la campagne des municipales de 1977 où le thème de l'information comme pédagogie de la participation apparaissait pour la première fois[4], s'accompagnera de vifs conflits qui laisseront des blessures encore perceptibles dix ans après[5].

A la même époque, les premières télévisions locales hertziennes pirates feront une timide apparition dans le département de l'Hérault. Illégales, elles seront néanmoins soutenues indirectement par le Conseil général de l'Hérault, pionnier en matière d'audiovisuel local (et d'informatique). Ces tentatives de contestation du monopole

2. Ce que nous avons déjà fait ailleurs, cf. J.-P. Simon, Le développement des télévisions locales en France, « Les télévisions locales », *Correspondance municipale*, n° 280-281, 1987. Cf. également dans la même livraison Hélène Goyet, *Télévisions locales en France : tout reste à faire.*

3. Cergy-Pontoise, Chamonix, Créteil, Evry, Marne-la-Vallée, Metz, Nice, Rennes, Saint-Quentin-en-Yvelines, Grenoble (Villeneuve).

4. Cf. Georges Gontcharoff, « L'information locale pédagogie de la participation », *Correspondance municipale/CCI*, n° 212-213, 1981.

5. Cette première histoire du réseau câblé de Cergy est rapportée par Jean-Marie Charon, Cergy-Pontoise : le banc d'essai du modèle de la concession, *Villes câblées*, *Réseaux*, n° 26, 1987.

déboucheront sur la création d'un outil audiovisuel départemental d'animation et de formation : Vidéo Animation Languedoc (VAL)[6].

Dix ans plus tard, lors du lancement du second plan câble (le plan Mexandeau de 1983)[7], la situation a profondément changé dans l'audiovisuel comme sur le plan local. L'avènement de la gauche au pouvoir conduira à l'adoption en particulier de deux lois qui auront très rapidement des effets majeurs dans ce domaine. La première chronologiquement, celle de mars 1982, sur les « droits et libertés des communes », ouvrira le terrain de la décentralisation. Dans le cadre d'une nouvelle distribution des compétences entre collectivités locales et collectivité nationale, le pouvoir des maires et spécifiquement celui des maires des grandes villes se voyait considérablement renforcé. La loi sur la communication et l'audiovisuel de juillet 1982 mettait un terme au monopole étatique sur la radiodiffusion et annonçait que la communication était libre. Elle ouvrait une première brèche, certes alors limitée, dans la forteresse de l'audiovisuel public et conduira à l'éclosion des radios libres.

Non seulement le contexte juridique aura profondément changé, mais avec lui un certain nombre de représentations idéologiques et culturelles. Les anciens combattants du communautaire qui désiraient « changer la ville » découvrirent avec surprise que leurs projets ne semblaient plus correspondre tout à fait aux urgences politiques du moment. Une partie d'entre eux troqueront leurs oripeaux militants contre un costume professionnel approprié, s'autoconférant du même coup une nouvelle légitimité. L'évolution des radios libres illustre de façon saisissante ce passage de l'autoformation associative à la quête d'un nouveau statut professionnel. Nombre de professionnels de l'animation avaient saisi là l'occasion d'une reconversion pour une profession en voie d'essoufflement.

Les protagonistes avaient également changé. En 1973, les expérimentations relevaient pour la plupart des villes nouvelles et d'un appareil socioculturel destiné à insuffler vie à ces entités abstraites[8]. En 1983, la loi va placer les élus au premier plan. Le plan Mexandeau se voulait en effet un plan audiovisuel décentralisé. Ce pouvoir sera

6. Cf. Michel Bonetti, Jean-Paul Simon, Ecrans pour tous. Démocratie locale et nouvelles technologies de communication, *Correspondance municipale/CCI*, n° 329, 1983.

7. Cf. pour une étude de la (pré)histoire du câble en France, Jean-Marie Charon, Jean-Paul Simon, *Jeux triangulaires : l'enfance des réseaux câblés audiovisuels*, Paris, La Documentation française, coll. « CNET », 1989.

8. Ce lien entre ville nouvelle et dispositifs d'information avait été étudié par Jean-Louis Allibert, Yves de La Haye, Bernard Miège, *Production de la ville/ Production du discours*.

encore renforcé par la loi de novembre 1986, qui décentralisera l'autorisation d'installation des réseaux.

Jusque-là, le pouvoir s'était contenté d'une timide déconcentration par l'entremise de FR3. Cette déconcentration des services audiovisuels s'appuyant sur l'échelon territorial (à l'époque) le plus abstrait et le plus inexistant dans les pratiques des administrés (la région), n'avait réussi qu'à plaquer un découpage administratif de plus sans lien substantiel avec la réalité du tissu local. Pendant des années, les élus de tous bords vont reprocher aux stations régionales de cette chaîne nationale de les ignorer. Sur le plan local, ils seront relayés précisément par ce milieu d'animateurs ou de vidéastes amateurs ou militants[9]. Ceux-ci s'efforçaient de diffuser leur production en dehors de leurs circuits restreints et entendaient obtenir de leur citadelle audiovisuelle régionale qu'elle consente à les accepter. Sans succès, faute d'une définition techniquement « acceptable » de ces produits dits amateurs[10].

Quoi qu'il en soit et malgré des contradictions internes à l'orée des années 80, les acteurs locaux ne sont pas vraiment bien disposés à l'égard de FR3. Depuis sa partition de 1974, l'audiovisuel public s'est aussi transformé. Il a cessé de parler d'une seule voix. Les recettes publicitaires apportent maintenant une part croissante des ressources et les chaînes vont devenir concurrentes de fait pour cette collecte. La question de l'alimentation en programmes est devenue cruciale en raison de l'extension considérable des volumes diffusés. La rediffusion devient incontournable et contribue à créer un second marché d'occasion. Du même coup, ceci libère l'espace potentiel pour des télévisions locales pouvant s'y alimenter à moindre coût. Dans cette évolution, FR3 qui prélève peu de recettes publicitaires va se trouver en porte à faux entre sa vocation régionale contestée localement et son statut national à l'épreuve de la concurrence.

Ces modifications dans l'audiovisuel public renvoient à des modifications contemporaines dans les médias (presse et cinéma en particulier). Au début des années 80, il est beaucoup question de synergies entre divers secteurs[11]. La convergence entre audiovisuel, télécom-

9. La fin des années 60 voit la diffusion de standards vidéo permettant une plus large circulation en 1/2 pouce *(open reel)* ou 3/4 *(u-matic)*. Les magnétoscopes portables Sony firent leur apparition au salon de la Radio TV de 1969.

10. TDF mettra en avant le même type de rationalisation « technique » pour refuser d'accorder des fréquences locales. Il faudra le rapport Bredin pour que celles-ci apparaissent magiquement.

11. Sur ces rapports cf. **Jean-Marie Charon, Jean-Paul Simon**, Pour quelques dollars de plus, *Télévisions/Mutation(s)*, *Communications*, 1990 (à paraître).

munications et informatique est annoncée comme imminente et quasi inéluctable[12]. Deuxième transformation fondamentale, un obscur acteur technique, s'escrimant à rattraper le retard de l'équipement téléphonique de la France, la Direction générale des Télécommunications (maintenant devenue France Télécom), s'est transformé en un acteur économique et industriel de premier plan. Du plan téléphone au plan câble en passant par le plan télématique, elle va de par sa seule intervention dans ce domaine contribuer fortement à la recomposition du paysage d'ensemble, directement ou indirectement.

Dans cette restructuration des systèmes de communication, la démocratie locale va aussi devenir un marché malgré les contradictions des politiques d'information locale[13]. Ces contradictions se retrouveront quand même tant dans les lois décentralisatrices que dans la loi sur la communication. Sans nous attarder sur les premières, notons entre autres :

1 / Que l'on retrouve encore dans cette loi les différents mouvements qui avaient traversé les années 70 : accent mis sur l'animation de la vie locale et associative (interdiction de la publicité pour les radios libres), droit d'expression (l'article 5 qui ouvrait cette possibilité ne sera jamais utilisé), conseils régionaux de la communication...

2 / Mais surtout, le statut du local demeure très ambigu : d'un côté on fait mine de lui accorder une large autonomie, de l'autre on installe tellement de garde-fous que la situation devient totalement verrouillée, en particulier vis-à-vis du câble. Idéologiquement cette défiance est justifiée par la volonté politique[14] (louable) de ne pas susciter de monopoles locaux après avoir mis fin aux monopoles nationaux. En réalité, on retrouvait l'attitude traditionnelle du pouvoir politique de ne pas se départir de son autorité dans le domaine de la communication, encore renforcée dans ce cas par sa défiance jacobine à l'égard des pouvoirs locaux.

Dès lors, tout le monde va s'accorder, avec une bonne dose d'hypocrisie ou d'arrière-pensées, à condamner les « télévisions Mr le Maire ». Mais en 1983, au plus fort de l'enthousiasme des

12. La réalité s'est révélée quelque peu plus complexe et récalcitrante vis-à-vis de cette unification, cf. **Jean-Paul Simon**, La rhétorique de la diversification, « Médias : les nouveaux venus », *Médiaspouvoirs*, n° 15, 1989.

13. Là-dessus, cf. *Ecrans pour tous*, *op. cit.*

14. Ce malgré l'action d'organismes comme Antelim, pionniers de la communication sociale.

collectivités pour le plan câble, ceci apparaît comme secondaire, voire mesquin, face à l'ampleur du défi. Quelques années plus tard, les élus s'étant pratiquement dessaisis du dossier en faveur de nouveaux venus (les opérateurs), en raison de la complexité technique et de leurs craintes financières, les effets pervers de cette attitude apparaîtront.

II / Des télévisions locales de toutes natures : hertziennes et câblées, à la campagne, en ville et dans les HLM, à pied, à cheval et en dirigeable... (1983-1990)

La décentralisation de la télévision est plus complexe, plus aléatoire et plus longue que celle de la radio ; les méthodes et les techniques de production audiovisuelle sont beaucoup plus lourdes, les possibilités de transmission plus limitées, les entreprises de télévision encore monolithiques. Nous l'avons vu, le plan câble de 1983 va réactualiser la question de la télévision locale sous la forme du canal local. D'ailleurs devant la rareté des contenus nouveaux à offrir, la demande populaire (selon les enquêtes faites) va en premier lieu à l'information locale.

La récente privatisation de l'audiovisuel public a donné à plusieurs la chance ou l'illusion de croire à une possible décentralisation. Avant 1980, il y avait trois chaînes nationales ; il y en a maintenant six et pourquoi pas tout un réseau de télévisions locales, étant donné le potentiel de publicité locale, encore non exploité à la télévision[15] ?

Le phénomène de la télévision ou du canal local est donc très présent à chaque congrès des associations des maires, à chaque foire audiovisuelle et à chaque manifestation régionale. Dans son rapport annuel, la CNCL va dénombrer pour 1987 et 1988, 23 *télévisions-événements* qui ont vécu un moment pour prouver la faisabilité d'une antenne locale, pour constituer un test d'audience d'un futur projet, ou tout simplement pour réaliser un coup politique devant amener l'autorisation d'émettre : Télé-Portes de soleil (Avoriaz), Télé-Soleil en Guadeloupe, Télé-Martigues en Provence, Télé-Canton, Télé-Noël (La Rochelle), Albertville, Cognac, expériences sur le câble à Villeneuve-d'Ascq, à Lille, etc.[16].

15. La SECODIP estime possible de drainer 250 millions de publicité, de quoi alimenter 10 chaînes locales à 20/25 millions de budget annuel. Le secteur de la distribution, actuellement interdit d'antenne, représente 1,4 milliard et est considéré comme sous-investi.

16. Source : rapport CNCL, 1987-1988.

De télépuce à télébrouettes

Pour parler en jargon communicationnel, on va de la méso- à la microcommunication, mais il n'y a pas de limite à la miniaturisation du territoire. C'est par rapport au national que le local signifie : il est *relation*, comme le dehors par rapport au dedans, l'extérieur par rapport à l'intérieur, le familier par rapport à l'étranger. Il existe des télévisions de HLM, des télévisions de paliers, des télévisions de quartiers, de villes, de campagnes. Dans plusieurs cas, l'existence de la télé correspond à une volonté d'exister plus qu'à une politique de décentralisation du territoire. Pourquoi tel projet et non pas tel autre ? On aurait tort d'y voir le fruit d'une planification ou d'une élaboration très savante...

A Saint-Ouen-l'Aumône, à 50 km de Paris, se trouve un quartier peuplé d'édifices à logements multiples passablement délabrés, socialement du moins. Mais ces HLM sont câblés et il reste un canal disponible que l'on peut alimenter. Le Centre d'Animation culturelle (CAC) de la cité a payé une formation audiovisuelle à un jeune chômeur, l'office HLM libère gratuitement un logement pour en faire une tête de réseau. La chambre sert de cabine de montage et de centre de distribution, le salon dont le plafond est isolé avec des boîtes d'œufs est le studio, la cuisine est le bureau et la pièce de réception. Tous les vendredis soir, de 19 h 30 à 21 h 30, on diffuse : un dossier thématique sur le chômage des jeunes, le sport, la politique municipale, un bulletin d'information locale, une chronique sur le cinéma dans la commune, etc. Contrairement aux jeunes des années 60-70, les responsables de télépuce ne décrivent plus leurs expériences dans les termes de l'animation socioculturelle, et par le fait même, ils ont de la difficulté à se faire entendre par les politiciens, les fonctionnaires et les administrateurs qui financent ces opérations : ce sont des techniciens, des créateurs ou des producteurs audiovisuels. Ils veulent gagner leur vie avec le métier qu'ils sont en train d'acquérir[17]. Ils tournent avec des caméscopes, ceux qui les regardent ont probablement des vidéocassettes, les jeunes font peut-être partie d'orchestres de rock. Le rapport au local n'est sûrement pas uniquement folklorique : le technique doit jouer un rôle de médiation entre le local délabré (la condition sociale) et le national-international inaccessible (Paris, la capitale). Le technique est symbole de modernité : jusqu'à présent, tout est axé sur la production, la réception du mes-

17. Cf. Christian Souffron, Télé-Puce, une télévision au cœur d'un grand ensemble, « Le câble est-il mal parti ? », *Médiaspouvoirs*, n° 11, 1988.

sage étant occultée par l'urgence et la difficulté de produire.

Quelques années auparavant (1983), dans une autre partie de la banlieue parisienne, Télé Alphonse Jouy avait démarré à partir d'un appartement pour s'étendre à la cage d'escalier, l'immeuble et l'ensemble[18].

Télébrouettes est le nom donné à ces télés locales qui transportent sous le bras leurs vidéos et les montrent aux habitants des villages dans les salles de cinéma, les centres culturels ou les écoles. Recyclés du cinéma Super 8, rêvant de réseaux câblés ou d'antennes hertziennes, ils vivent dans des régions excentriques : vallées encastrées dans les Alpes, Bretagne, Extrême-Sud. A chaque mois, ils réalisent un moyen programme (d'une heure ou deux) qu'ils font visionner au cours de la tournée du canton, du département ou de la région. Ne pouvant travailler dans l'actualité, ils produisent plutôt un magazine, mêlant la forme du dossier d'information au reportage culturel. Comment se financent-elles ? Par des subventions du conseil régional, des aides de la Culture au chapitre de la décentralisation : deux ou trois salaires, quelques soutiens à l'emploi, du matériel qui vient des communes.

Comment expliquer l'existence de la fédération des *télés de pays* qui demeurent bien en vie depuis plusieurs années ? Dérive de l'ancien cinéma direct, dans la mouvance de la vidéo sociale, ces groupes sont-ils à la recherche d'une antenne de diffusion ? A l'heure actuelle, on tente de câbler les grandes villes, on garde les fréquences locales pour les agglomérations importantes. Ces régions sont relativement enclavées, mais elles tentent de conserver leur personnalité. Dans le grand brassage de l'Europe de 1992, ces « petits pays » tentent de se définir autrement par rapport à la centralité de l'Etat national. Les routes d'échanges, de commerce et de communication de l'Europe de demain sont en train de se modifier : de nouvelles capitales régionales (Barcelone, Milan, Francfort) transforment la carte des grands flux de passage des services, des hommes et des informations. Le soutien à la production culturelle locale, l'installation d'infrastructures de communication parfois coûteuses (téléport, centre de ressources audiovisuelles, palais des congrès bien équipés électroniquement) et la promotion d'événements touristiques (festivals, congrès) font partie d'une stratégie de mise en valeur de l'identité locale.

18. Historiquement la première « vidéo-TV » d'immeuble verra le jour dans les nouveaux immeubles de Maine-Montparnasse, aux débuts des années 70. « Télésauvage », elle était animée par le dramaturge Jean-Marie Serreau. Cf. Alfred Willener, Guy Milliard, Alex Ganty, *Vidéo et société virtuelle*. Paris, Tema Communication, 1972.

L'image que fabriquent les *télés de pays* n'en est pas une de lutte sociale, de retour folklorique aux sources ou d'enclavement schizophrénique ; c'est un portrait rassurant que l'on fait de soi pour les autres, d'une modernité écologique et pastorale.

La vraie télévision locale !

La création d'une télévision locale urbaine « de plein droit » est une opération beaucoup plus lourde et risquée. Elle donna lieu à des débats enflammés entre les autorités locales et nationales dans les grandes villes qui ont acquis des compétences dans le secteur des communications (par le plan câble notamment) et qui bâtissent leurs images politiques autour d'une auréole médiatique.

La mise au point de la télé locale est rendue possible par deux dispositifs techniques : d'une part, un canal spécifique sur les nouveaux réseaux câblés et d'autre part, l'octroi d'une fréquence hertzienne. Etant donné la lourdeur des investissements initiaux et la dispersion des publics, les opérateurs qui financent ces chaînes tentent une synergie câble hertzien : ils sont d'ailleurs attirés par un autre type de synergie, la liaison de plusieurs canaux locaux appartenant au même câblo-opérateur pour une meilleure rentabilisation.

On ne peut cependant pas comprendre le modèle et le rôle de la télévision locale, sans la situer par rapport à l'ensemble du système de radiodiffusion, puisqu'il serait illusoire de croire que la télé locale remplacera la télé nationale. D'autre part, le paysage de l'audiovisuel français est en pleine évolution et au terme de ces transformations, il s'agit bien de savoir quelle place restera à la télévision locale. Mais avant tout, deux remarques s'imposent :

Premièrement, le rôle très ambigu des câblo-opérateurs. A l'origine du plan câble, les collectivités locales avaient l'entière responsabilité de la programmation et la production des contenus, tandis que le ministère des P et T par sa DGT (Direction générale des Télécommunications) était propriétaire et constructeur des réseaux. Devant l'absence de savoir-faire des municipalités, un nouveau partenaire s'est glissé dans le système naissant de télédistribution, l'opérateur, d'abord financier, ensuite ensemblier, programmateur et finalement producteur. C'est un rôle assez voisin du MSO américain (« Multiple System Operator »).

Pour obtenir des concessions locales, les opérateurs ont promis un peu partout des télévisions locales qui leur coûtent 4,5 ou 6 millions de francs, par site. Comme le taux d'abonnement est nettement

en deçà des prévisions, les opérateurs se replient sur des formules plus économiques : centrale d'achats de produits audiovisuels, polyvalence de la production et vente à l'extérieur, appel à « l'expression libre » à la télévision communautaire, à la communication d'entreprises. A part les chaînes nationales et étrangères, il n'y a souvent rien de nouveau en termes de contenu, sauf le canal local.

Pour justifier le transfert des sommes promises du canal local à la chaîne hertzienne locale, les opérateurs insistent sur les *synergies* entre ces deux modes de diffusion. Cet argument n'est guère plus convaincant que pour d'autres médias. En revanche, on comprend aisément que quitte à faire face à leur promesse de financement, les opérateurs préfèrent toucher un public plus vaste que le public local du câble (au mieux quelques milliers d'abonnés). En comparant les dotations en capital par les opérateurs des télévisions hertziennes locales avec les sommes qui devaient être investies sur le câble, on retrouve, *grosso modo*, les mêmes montants : 5 ou 6 millions pour Toulouse (TLT), Lyon (Salt)[19].

Il est aussi à prévoir un transfert de ressources financières et techniques *du local au thématique* par la création de chaînes sportives, informatives, musicales, etc., qui seront distribuées sur tout le territoire français, sinon à l'échelle européenne.

Deuxièmement, la création des télévisions locales a souvent été pensée sur le modèle des chaînes nationales, en réaction ou par imitation, sans tenir compte de la transformation des systèmes de communication : fragmentation des auditoires, spécialisation des contenus, création d'un circuit de production audiovisuelle de plus en plus internationalisée.

Indépendamment de l'argent investi, le secteur local ne peut supporter plus d'une demi-heure ou d'une heure de production originale par jour. Que faire le reste du temps de diffusion, pour fidéliser son auditoire : fermer le poste (créer une « télévision de rendez-vous »), partager le canal avec un autre diffuseur, répéter cycliquement les émissions produites, agencer des produits locaux et des produits venus d'ailleurs, achetés sur le marché de l'occasion (en « syndication ») ou sur les circuits culturels ?

19. Ce souci de réduction des coûts est clairement affiché par le président de la Générale d'Images, filiale de la Générale des Eaux, Etienne Mallet : « Les dépenses de programmes initialement prévues pour le câble peuvent être en partie transférées pour l'hertzien local et en partie pour les chaînes thématiques », interview, *La lettre de Médiaville*, numéro spécial : *TV locales*, supplément au n° 2, mars 1989.

A l'inverse, les fonds propres de Télé-Mont-Blanc s'élèvent à 11 millions et semblent plus répondre aux besoins en fond de roulement qu'à cette autre logique de transfert d'une activité sur l'autre.

Quels modèles de télévision locale ?

1. *Par rapport au support*
   Canal local, télé hertzienne, « télébrouettes » autour d'un centre de ressources. LPTV ou télévision hertzienne à faible rayon d'action.
2. *Par rapport à l'aire de diffusion*
   Locale, régionale, de ville, de quartier, rurale.
3. *Par rapport au type de contenus*
   Généraliste, éducative, thématique, ethnique, de services.
4. *Par rapport à la formule de production*
   Professionnel (journaliste, réalisateur), animation socioculturelle, *free access* (fait par des amateurs).
5. *Par rapport au type de programmation*
   « Télévision de rendez-vous », partage du canal, programmation cyclique et présence à l'écran de messages de rappel (télétexte de services, images témoins), réseau à décrochage local.
6. *Par rapport à l'origine de la production*
   Production propre, production sous-traitée, agencement de programmes acquis par entente préalable ou au coup par coup.
7. *Par rapport à l'image projetée*
   Télévision de réalisateurs ou de journalistes, télévision d'agencement et d'amalgame, télévision de composition où l'accent est mis sur l'habillage électronique et la rhétorique de l'image.
8. *Par rapport aux sources de financement*
   Subventions publiques, ressources locales (intégration à un centre culturel, utilisation des services municipaux et associatifs), publicité locale et sponsoring, abonnement (fêtes, téléthon), offre de services, communications d'entreprises, etc.

La dérive hertzienne : Télé-Toulouse (TLT)

Une *véritable* télévision locale, indépendante, privée et commerciale fonctionne depuis avril 1988, dans une ville importante de France, Toulouse. C'est une télévision dite « de plein exercice », *i.e.* en possession d'une fréquence de diffusion et avec l'obligation d'utiliser pleinement cette ressource naturelle rare. TLT a un budget double des chaînes locales câblées, 13,5 millions de francs en 1988, 13,9 en 1989. Pour la première année, les recettes se sont situées entre 6 et 7 millions (dont 40 % de publicité, 60 % de mécénat / publi-reportages)[20]. Malgré des difficultés techniques initiales imprévues, les responsables de cette télévision s'estiment plutôt satisfaits de leur audience.

20. Source : *La lettre de Médiaville, op. cit.*

Depuis le début de l'année 1989, deux autres télévisions locales du même type ont vu le jour : Salt, la télévision de Lyon et Huit-Mont-Blanc en Haute-Savoie.

Le local-fenêtre

L'autre formule envisagée est la télévision par rattachement à un réseau national (par ex. la 5 ou M6). C'est une télévision à décrochage local ou une télévision-fenêtre, qui produit une demi-heure à une heure d'émissions locales, diffusées en général avant le bulletin d'informations nationales du soir. Le coût d'une telle opération est évalué à 3 ou 4 millions de francs. Une douzaine de dossiers pour 17 sites différents sont examinés à l'heure actuelle pour fins d'autorisation. Mais la discussion entre candidats locaux et chaînes nationales n'est pas des plus simples, les premières souhaitent deux heures de décrochage environ, les secondes n'entendent pas dépasser des fenêtres de dix minutes[21].

Que ce soit pour le canal local, la télévision locale indépendante ou la télévision par décrochage d'un réseau, les problèmes sont à peu près les mêmes et se résument ainsi : « Les télévisions locales ont-elles les moyens de développer une spécificité dans leurs programmes, de développer une communication authentiquement locale, d'acquérir une indépendance économique, financière et politique ? »

1 / Au chapitre de la production locale, quels sont le type et l'importance des émissions que peut générer un milieu donné ? A part les informations politiques, culturelles et sportives, et les affaires publiques, une station locale peut-elle produire autre chose que de l'*entertainment* imité des télévisions traditionnelles privées : jeux, quiz, talk-shows, etc. ? Ou bien si on prend comme exemple certaines télés italiennes ou belges, comment développer une politique de présence à la communauté ? Télé-Lombardie à Milan et Télé-Bruxelles se définissent comme des *télévisions de journalistes*, plutôt que de réalisateurs, utilisant au maximum le direct et la couverture *(in extenso)* d'événements locaux, au risque même d'une certaine démagogie.

2 / Quant à l'approvisionnement en productions externes, les problèmes ne varient guère, que l'on soit lié à un réseau ou que l'on tente de constituer sa propre coopérative d'achat. La question se pose de savoir le type, la nature et la valeur des produits que l'on

21. Selon Alain Fernbach de la 5, *La lettre de Médiaville*, *op. cit.*

peut intégrer à sa programmation, sans défigurer la personnalité de sa station. Peut-on accéder à un marché autre que les séries et le cinéma de catégorie B ou C, à l'ère où les réseaux nationaux et internationaux achètent en masse les droits des meilleures productions indépendantes ou coproduisent films, téléfilms et grands reportages ? Vaut-il mieux diffuser ou rediffuser une heure par jour et fermer, ou noyer ses productions locales dans une programmation venue d'ailleurs ?

3 / En ce qui a trait à l'indépendance financière et éditoriale de la télévision locale, le problème est très lié à la rentabilité de la station. Dans le cas de Télé-Toulouse, le câblo-opérateur local est partenaire à plus du tiers des parts ; même situation dans le projet de Lyon. Il y a des exemples de liaison télé locale / journal local (à Dijon à l'occasion d'une télé-événement), de même que de participation des collectivités locales, des mairies ou d'organismes d'action socioculturelle (à Grenoble lors des préfigurations du canal local)[22].

Conclusion : La télévision locale,
un phénomène de neutralisation de la vie politique... ?

L'aventure de la télévision locale est loin d'être terminée en France, mais elle ne peut se comprendre sans l'analyse de l'évolution du paysage audiovisuel national, sinon européen. Si l'on observe l'évolution de la situation européenne depuis le début des années 80, on ne peut qu'être frappé par la similarité des événements. La plupart des pays se sont lancés dans la création de chaînes locales (câblées ou non)[23]. Et la décentralisation des médias est aussi partie liée à la déréglementation des communications, à la fragmentation des auditoires et à la spécialisation des contenus. Enfin penser la télévision sans évoquer le mouvement d'amalgame, de liaison, sinon de fusion des médias les uns par rapport aux autres (tant au niveau technologique qu'économique, tant au niveau des publics que des contenus), c'est ne pas avoir en main toutes les clefs d'interprétation de la situation présente et à venir.

Dernier aspect à envisager de nouveau : l'évolution du rôle du pouvoir municipal. Au début des années 70, les pionniers se voulaient

22. Cf. Brigitte Guyot, Bernard Miège, Isabelle Pailliart, *Grenoble : les petits pas du câble*, CNET-GRESEC, 1987.

23. On trouvera un panorama de l'évolution des télévisions locales en Europe dans Jean-Paul Lafrance, *Les télévisions locales en Europe : de l'abondance à la diversité*, Paris, CNET-TEN, 1989. Un rapport de cette même étude est consacré spécifiquement à la situation allemande, Frank Kessler, *Aspects du paysage audiovisuel en RFA*, CNET-TEN, 1989.

contestataires ou critiques. La transformation du contexte va amener les élus, face aux difficultés techniques et financières du dossier câble, à exorciser les « télés Mr le Maire », en fait à se démettre de la plupart de leurs prérogatives face aux opérateurs assurant l'exploitation, le financement et aussi, progressivement, le choix des programmes.

Dans ces conditions, le rôle des élus va souvent se réduire à la mise en place de comités chargés de faire respecter le pluralisme, l'opérateur s'occupant du reste. A Cergy, dès 1987, une mini-*Haute Autorité* sera insallée. Derrière une volonté alléguée de modernisation de la communication politique locale, on va retrouver le modèle de *la modernisation* des bulletins municipaux. Celle-ci repose largement sur la production d'un consensus apparent par occultation des conflits locaux. Le déplacement de l'image de l'équipe municipale à celle de la ville a de surcroît le double avantage de neutraliser les contractions et, indirectement, de tout faire remonter sur la personne du maire. On rejoint d'une autre façon la convergence de l'accroissement du pouvoir des maires liée à la décentralisation et de l'émergence de cette forme d'autopromotion des villes liée à la communication publicitaire. De la promotion de l'équipe municipale à celle de la ville, c'est le maire qui se voit valorisé.

Cette tendance vient se mouler dans une autre, nationale cette fois, d'apparente séparation du pouvoir politique au prix d'une neutralisation des contenus. Cette disposition est encore renforcée par le souci des professionnels du secteur (et avant tout des journalistes) d'exhiber les signes de leur indépendance fraîchement gagnée. Résultat donc neutralisation et expression politique réduite au minutage soigneusement réparti des temps de parole. L'émission de TF1 consacrée au débat à propos des élections européennes en offrait une caricature : débat réduit à six timbres-poste (les candidats) disposant de vingt minutes, sur le modèle de la juxtaposition des affiches électorales à l'entrée des bureaux de vote.

Pour les télévisions locales, les municipalités s'interdisent d'intervenir sur le plan éditorial se contentant d'apporter, le cas échéant, leur soutien sous des formes diverses[24]. Le canal local devient dès lors un support de valorisation de la ville comme un autre.

Là encore, on ne saurait *a priori* que se réjouir d'une maturité enfin acquise dans les relations entre élus et professionnels de l'audio-

24. D. Baudis, maire de Toulouse et représentant la ville au sein du conseil d'administration de TLT, déclare : « ... TLT ne bénéficie d'aucun privilège et ne subit aucune subordination sur le plan de la politique éditoriale. En revanche, au niveau des programmes, il arrive que la ville lui apporte sa contribution. Par exemple, le service audiovisuel de la mairie l'alimente en images », *La lettre de Médiaville*, *op. cit.*

visuel. A ceci près que ce touchant consensus a naturellement un prix. Ce prix ressort de propos, peut-être ironiques, de R. Vigouroux, maire de Marseille, à l'occasion de Médiaville 1989[25] : il proposait rien de moins que l'évacuation du politique en suggérant que les débats de fond qu'il appelait de ses vœux pour le câble puissent traiter de l'important problème des rapports peinture/sculpture voire même de l'opposition inquiétante entre fumeurs de cigares (cas du maire de Marseille) et fumeurs de pipe... Litotes ? Quoi qu'il en soit, ceux-ci dénotent un état d'esprit largement répandu chez les élus de volonté consensuelle et d'harmonie civile (télévisuelle).

Il n'est pas sûr que la vie locale y ait quoi que ce soit à gagner. Il est encore moins sûr qu'il s'agisse d'un enrichissement de la démocratie locale. L'envers de cette réfection consensuelle de la façade politique est déjà manifeste : c'est l'absentionnisme.

25. Conférence de presse du 30 mai 1989.

BIBLIOGRAPHIE

Brottes François, *La TV locale en direct*, Mission TV câble, Grenoble, Ed. Glénat, 1986.

Charon Jean-Marie, Simon Jean-Paul *et al.*, Le câble est-il mal parti ?, *Revue Médiaspouvoirs*, Paris, Bayard-Presse, 1988.

Charon Jean-Marie, Simon Jean-Paul, *L'enfance du câble*, Paris, La Documentation française, coll. « CNET », 1989.

Duguet Anne-Marie, *Vidéo, la mémoire au poing*, Paris, Maspero, 1981.

Lafrance Jean-Paul, *Le local existe-t-il ?*, acte du Congrès d'Inforcom, Rennes, Société des Sciences de l'Information, 1987.

Lafrance Jean-Paul, *Le tiers-secteur de la communication*, dossier de recherche pour le Congrès des télévisions francophones de Tournai, Paris, CNET, 1985.

Lafrance Jean-Paul, *Le cable*, Montréal, Québec-Amérique, 1989.

Quiniou Jean-Claude et Azemard Ghislaine, *Une autre optique à Gennevilliers*, Paris, Ed. du Ceriam, 1984.

Rabate François, *Les télévisions au local*, Toulouse, Milan, Midia, 1988.

Simon Jean-Paul, Lafrance Jean-Paul *et al.*, Les télévisions locales, *Correspondance municipale*, n° 280, Paris, septembre 1987.

RÉSUMÉ. — *Le phénomène des télévisions locales en France pose depuis près de quinze ans, de façon insistante, des questions bien souvent restées sans réponse. A travers une mise en perspective de ces phénomènes et un panorama de la situation actuelle, on peut ré-envisager sous un autre angle le débat actuel autour de celles-ci.*