



# RAPPORT RÉUNION LA 1ÈRE

sur le service public de  
l'audiovisuel à La Réunion





Donner du sens à



la parole partagée



# SOMM

Mot du Président	5 - 6
Introduction	7 - 8
Historique	9 - 12
Cadre réglementaire du service public de l'audiovisuel	13 - 21
Médiamétrie évolution des chaînes de La Réunion de 2010 à 2020	22 - 27
Médiamétrie évolution de Réunion la 1ère télévision	28 - 32
Programmation TV Réunion la 1ère Mai - Juin 2021	33 - 42
Communication digitale	43 - 46
Fermeture de France Ô	47 - 51

# AIRE

53 - 57	Réunion La 1ère, un rôle essentiel dans la représentation des Réunionnais
58 - 68	Impact du streaming et de l'arrivée des nouvelles plateformes dans le paysage audiovisuel français et en Outre-mer
69 - 72	Les préconisations du CCEE
74	Annexes
75 - 86	Historique détaillé
87 - 88	Bibliographie
89 - 91	Listes des publications du CCEE
92 - 93	Listes des éditions
94	Références juridiques

# MOT DU PRÉSIDENT



Le rapport audiovisuel est une mission essentielle du Conseil de la culture, de l'éducation et de l'environnement inscrite dans la loi. C'est dire toute l'importance que donnait le législateur à un regard distancié de notre assemblée sur le paysage audiovisuel des Outre-mer.

Après plusieurs avis et 3 rapports dans lesquels, pour traiter cette mission, a été privilégiée une approche exhaustive consistant à réaliser un compte-rendu de l'état de la communication dans la région, le CCEE appréhende cette fois-ci volontairement le paysage audiovisuel réunionnais sous un angle sectorisé.

En effet, la complexité des activités de diffusion traditionnelle via la TNT, numérique via internet et des réseaux tels que Facebook Live, YouTube ou encore le replay, ne peut être toutes abordés en une seule approche, autant d'ailleurs que la situation des entreprises audiovisuelles d'aujourd'hui, qu'elles soient publiques ou privées.

Chaque canal, chaque média nécessite un travail de diagnostic et d'analyse sérieux afin, notamment, que des propositions pertinentes puissent être émises pour la pérennité de la structure et son évolution.

Il est évident que le CCEE, représentation de la société civile organisée en région, ne peut se contenter d'un constat. Il s'inscrit de manière permanente comme une force de proposition, formulant des préconisations visant à l'optimisation de la qualité de service de ces entreprises audiovisuelles.

Pour le CCEE, la pluralité de l'information n'est pas un vain mot, c'est un leitmotiv récurrent qui se traduit par des prises de position favorables à son expansion et à sa pérennité ; à la construction d'un édifice chargé avant tout de garantir, chaque jour, davantage d'espace pour la liberté d'expression.

C'est cette orientation que souhaite surtout exprimer le CCEE en répondant à cette mission. Il ne s'agit pas de rédiger un rapport pour se dire que la mission est réalisée ; il s'agit surtout, avec le concours des fédérations, associations et organismes représentés en son sein, d'attirer, dans ce domaine particulier, l'attention sur des manquements, des points à améliorer pour que vivent et s'expriment cette pluralité et cette liberté d'expression.

Certes, la commission, « Médias, audiovisuel & communication », s'est investie dans une mission complexe et de longue haleine. Mais, rien de durable ne se construit sans un travail régulier, soutenu, et sans la foi dans des libertés démocratiques fondamentales.

Elle est consciente de l'idée selon laquelle, à La Réunion, les médias audiovisuels traditionnels doivent accélérer leur mutation face aux nouveaux supports, notamment ceux directement issus de l'internet. Mais l'opération est à la fois simple et complexe.

Simple, car il s'agit de dégager des marges de manœuvre pour les sociétés audiovisuelles sans forcément pouvoir accéder et/ou bénéficier de ressources publiques supplémentaires.

Complexe, car il s'agit de mener de front un travail important de réduction de coûts et de remise en cause de certaines activités, tout en offrant des contenus de qualité, pour, non seulement répondre et satisfaire à la demande des usagers, mais aussi transcender cette demande souvent trop tournée vers le divertissement. Il convient en effet de toujours offrir aux usagers des programmes les informant réellement, les cultivant sans cesse, les divertissant utilement.

C'est sur ces bases que je conçois la portée d'un rapport sur l'état de la communication à La Réunion, réalisé par le CCEE, dans un contexte où il y a lieu de proposer au plus vite aux Réunionnais une alternative locale de proximité en termes d'informations, de documentaires, de reportages, de magazines, de concerts, de pièces de théâtre, de spectacles vivants... Face au déferlement de flux issus des plateformes des majors et véhiculant une conception très standardisée de la société ou plus précisément d'une « certaine forme de société ».

**Roger RAMCHETTY**  
Président du Conseil de la culture,  
de l'éducation et de l'environnement

# INTRODUCTION

L'émergence des Nouvelles technologies de l'information et de la communication couplée au développement exponentiel d'internet a bouleversé le paysage audiovisuel depuis les années 2000. Câble, satellite, ADSL, hier, 5G, fibre optique, cloud, aujourd'hui, la télévision doit faire face à l'apparition de nouveaux comportements chez les usagers. D'une télévision linéaire du « live » entrecoupée de publicités (Plothe et Lang, 2020), nous passons à une télévision du rattrapage (replay). Cette « télévision linéaire » doit aussi faire face au streaming (diffusion de contenu audio ou vidéo en continu sur un réseau). Le téléspectateur est aujourd'hui à la recherche de cette liberté de regarder ce qu'il veut, où il veut. Liberté que lui offre l'écosystème technologique actuel. L'hybridation des accès de diffusion du contenu menace clairement la télévision dite traditionnelle. La récente fusion des gros groupes TF1 et de M6 est un premier signal fort contre les géants américains des plateformes de vidéo à la demande. La question des contenus s'articule rapidement autour de celle des pratiques des usagers. La nouvelle création, dynamique et connectée aux goûts des publics, représente une opportunité de diversification de l'offre dont les plateformes sont friandes, précipitant les chaînes dans un clivage générationnel.

Au-delà des saisines obligatoires inscrites dans la loi, le Conseil de la culture, de l'éducation et de l'environnement (CCEE) de La Réunion s'est toujours positionné dans une philosophie de prospective de la société réunionnaise dans le domaine de l'audiovisuel et du numérique. L'organisation des Universités de la Communication de l'Océan Indien (UCOI) a participé pendant longtemps à l'entrée de notre département dans l'ère du digital.

L'obligation légale d'analyser le paysage audiovisuel de notre île est une bonne opportunité pour voir les avantages et les menaces de l'ensemble de ces changements.

Nous avons fait le choix de commencer l'analyse du service public de l'audiovisuel par le biais de Réunion la 1ère télévision. La chaîne « péi » a dû faire face à l'arrivée de la TNT, le développement des bouquets internet, et aujourd'hui l'apparition des plateformes VOD. Face à ces menaces externes, la chaîne doit aussi faire face à la restructuration du groupe France Télévision avec la fermeture de France Ô et la privatisation générale du service public. De plus, l'émergence d'une nouvelle génération de cinéastes, suite au développement constant de la filière Cinéma à La Réunion, incite Réunion La 1ère à repenser son fonctionnement quant à la production et la diffusion de ces œuvres nouvelles. C'est dans ce contexte que nous pouvons nous demander si la chaîne du service public répond toujours à son cahier des charges et comment elle peut se positionner afin de pouvoir répondre aux contenus du futur dans un environnement en mutation.

Dans une première partie, nous rappellerons les avis et positions du CCEE. Puis, nous redonnerons le cadre légal, le rôle et les missions de Réunion la 1ère. Nous procéderons à une analyse des contenus de la chaîne, sa médiamétrie et son digital. Le cas de la fermeture de France Ô sera aussi souligné pour tenter de comprendre les raisonnements de France Télévisions et les répercussions pour La Réunion. Le Pacte de visibilité né de cette suppression et les enjeux de la création cinématographique locale seront analysés. Nous évoquerons aussi l'impact des plateformes de vidéo à la demande. Pour conclure, nous apporterons nos propositions.

# HISTO

# RIQUE

# 1984

Avis insatisfait du fait de l'absence du domaine des techniques de communication dans le projet d'orientations budgétaires du conseil régional pour l'exercice 1985



# 1989

Demande d'un plan de sauvetage concernant la cinémathèque locale (films mal conservés, dispersion des locaux)



# 2009

Avis favorable à la politique de la collectivité sur l'éducation à l'image. Organisation de débat sur le sujet lors de la 1ère édition locale du salon euro régional de l'Éducation.

Réflexion et position sur la question de l'arrivée de la TNT, la production audiovisuelle et l'amélioration de la qualité de diffusion.



# 2006

Avis sur le projet d'orientations budgétaires et sur la politique de la collectivité régionale en matière de TIC, d'audiovisuel, de cinéma.



1990

Demande de la conférence permanente des CCEE aux ministères (communication, culture, Outre-mer, ...) d'appliquer les grands principes à respecter concernant l'audiovisuel de l'Outre-mer.

1993

- Rappel à la Région que les perspectives liées à l'audiovisuel montrent que le secteur est porteur d'emplois (journalistes, techniciens, créateurs, ...).
- Enquête sur l'état des radios associatives et privées – propositions dans la perspective du réaménagement de la bande FM, après appel à candidature lancé par le CSA et publication des radios admises à concourir.

1995

Lors de la conférence permanente des CCEE, rencontre avec le ministre de l'Outre-mer, le CSA et RFO.

2018 - 2021

2014

Soutien au développement de la fibre optique impulsée par la Région.  
Désapprobation de l'abandon du projet de « serveur de cache » de la collectivité.

Avis et recommandations autour du développement de l'audiovisuel à travers les piliers de l'émergence du Cinéma de La Réunion

## EN RÉSUMÉ

Depuis 1984, le CCEE s'est positionné sur la question de l'audiovisuel à La Réunion. C'est près de 40 ans de rapports sur le paysage audiovisuel médiatique de notre région. Ces rapports s'inscrivent dans les logiques de saisines et d'auto-saisines du conseil consultatif. Créée récemment, la commission « Médias et Communication » porte une analyse plus poussée de l'audiovisuel et des changements liés à la transformation numérique.

*Cf. Historique détaillé en annexe*

# Chapitre 1

---

## CADRE RÉGLEMENTAIRE DU SERVICE PUBLIC DE L'AUDIOVISUEL

Avant d'aborder le cadre légal qui entoure l'audiovisuel en France, nous souhaitons rappeler quelques notions fortes du service public. Pour comprendre les missions du secteur de l'audiovisuel, il est important d'en cerner l'esprit.

## LE CONCEPT DU SERVICE PUBLIC « À LA FRANÇAISE »

Pour wikiterritorial, qui est l'encyclopédie du CNFPT, le service public est « l'Activité d'intérêt général, assurée sous le contrôle de la puissance publique, par un organisme (public ou privé) bénéficiant de prérogatives lui permettant d'en assurer la mission et les obligations (continuité, égalité, etc.) et relevant de ce fait d'un régime juridique spécifique. »

Concrètement, c'est l'action d'une collectivité publique cherchant à répondre aux besoins de l'intérêt général. Cette action se traduit donc par une mission à atteindre : l'intérêt général et une organisation directe ou indirecte par le biais d'acteurs publics (collectivités, établissements publics...) ou d'acteurs privés sous contrôle d'un acteur public.

Le service public en France remplit des fonctions principales, de protection sociale et sanitaire, à vocation éducative et culturelle, et de développement économique. À ces fonctions se rajoutent des principes intrinsèques comme la continuité du service public (valeur constitutionnelle décision 79-105 DC du 25 juillet 1979), l'égalité devant le service (principe découlant de la déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen de 1789) et l'adaptabilité, c'est-à-dire la capacité de la force publique de s'adapter aux évolutions de la société (arrivée de l'électricité hier, arrivée du numérique aujourd'hui).

Le dernier principe est la puissance de l'État dans la mise en place de grands projets comme le ferroviaire, l'aéronautique... Ce service public « à la française » s'est souvent caractérisé par des monopoles d'État dans ces domaines.

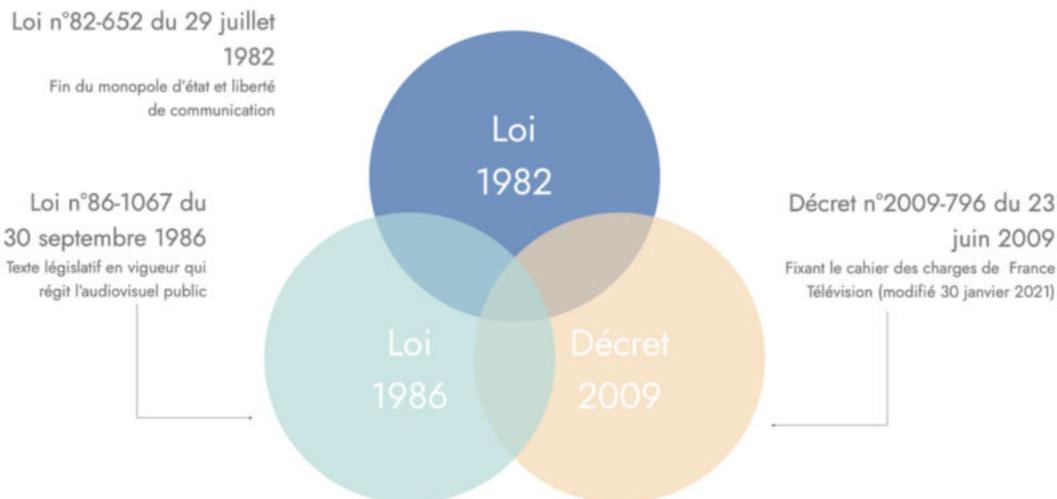
Depuis quelques années, l'enjeu autour du service public se concentre sur son coût et sa nécessité. La privatisation progressive des acteurs publics est un mouvement entrepris par les courants néo-libéraux. Le service public « à la française » est souvent l'objet de tentatives de réforme pour mieux répondre aux attentes de la population (privatisation de France Télécom, privatisation d'EDF et de l'énergie...). Le service public français se voit aussi confronté à la libéralisation des marchés impulsée par l'Europe et l'apparition de la notion de service universel européen.

Cette pré-analyse est importante dans les modifications qui pourraient impacter le service public audiovisuel à terme dans notre île.



**Service-Public.fr**  
Le site officiel de l'administration française

## UN CAHIER DES CHARGES PRÉCIS INSCRIT DANS LE DROIT COMMUN : LOI N°82-652 DU 29 JUILLET 1982



Comme expliqué précédemment, le service public était inscrit dans ce qu'on appelle communément un monopole d'État. L'objectif était de pouvoir faire respecter les principes de neutralité, de continuité, d'égalité, et de qualité. Le pan public de l'audiovisuel n'a pas échappé à cette règle pendant de nombreuses années. C'est donc le secteur public de la radio et de la télévision qui avait en charge ce monopole d'État.

C'est la loi n°82-652 du 29 juillet 1982 sur la communication audiovisuelle qui met fin à ce monopole d'État. À partir de ce moment, le cadre légal différencie les notions de service public, de service public audiovisuel et de secteur public/privé. Les missions générales du service public audiovisuel se déclinent sous les axes suivants : informer, éduquer, cultiver, distraire. C'est l'article 5 de la loi du 29 juillet 1982 qui inscrit la mission de servir l'intérêt général sur la base de l'honnêteté, l'indépendance et le pluralisme de l'information.

La loi de 1982 inscrit aussi l'autorité de régulation de la communication audiovisuelle, la liberté de la communication, et l'ouverture au secteur privé « la concession de service public » mettant fin à la situation de monopole du secteur public.

Depuis le 29 juillet 1982, la communication audiovisuelle est libre, mais régulée par la législation, et par une autorité administrative indépendante qui garantit l'exercice de la liberté de communication audiovisuelle, le respect des règles générales définies par le législateur, l'indépendance du service public audiovisuel, et le respect de ses missions. Cette mission de régulation est remplie depuis 1989 par le Conseil supérieur de l'audiovisuel.

La loi reconnaît le caractère d'intérêt général des médias audiovisuels dans leur ensemble, mais assigne au secteur public des missions de service public.

## LA LOI DU N°86-1067 DU 30 SEPTEMBRE 1986 RELATIVE À LA LIBERTÉ DE COMMUNICATION

Le texte législatif en vigueur, aujourd'hui, est la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, à laquelle les dernières modifications ont été apportées par la loi n° 2007-86 du 27 janvier 2017 - art.185 relative à l'égalité et la citoyenneté.

D'après l'article 43-11, les sociétés Radio France, Radio France Internationale et France Télévisions poursuivent, dans l'intérêt général, des missions de service public. Celles-ci sont définies de façon générale de la manière suivante :

« Les sociétés énumérées aux articles 44 et 45 poursuivent, dans l'intérêt général, des missions de service public. Elles offrent au public, pris dans toutes ses composantes, un ensemble de programmes et de services qui se caractérisent par leur diversité et leur pluralisme, leur exigence de qualité et d'innovation, le respect des droits de la personne et des principes démocratiques constitutionnellement définis.

Elles présentent une offre diversifiée de programmes en modes analogique et numérique dans les domaines de l'information, de la culture, de la connaissance, du divertissement et du sport.

Elles favorisent le débat démocratique, les échanges entre les différentes parties de la population ainsi que l'insertion sociale et la citoyenneté. Elles mettent en œuvre des actions en faveur de la cohésion sociale, de la diversité culturelle, de la lutte contre les discriminations et des droits des femmes.

Elles s'attachent notamment à promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes et à lutter contre les préjugés sexistes, les violences faites aux femmes et les violences commises au sein du couple ainsi qu'à assurer une meilleure représentation de la diversité de la société française, notamment d'Outre-mer.

Elles proposent une programmation reflétant la diversité de la société française.

Elles assurent la promotion de la langue française et, le cas échéant, des langues régionales et mettent en valeur la diversité du patrimoine culturel et linguistique de la France.

Elles concourent au développement et à la diffusion de la création intellectuelle et artistique et des connaissances civiques, économiques, sociales, scientifiques et techniques ainsi qu'à l'éducation à l'audiovisuel et aux médias.

Elles favorisent l'apprentissage des langues étrangères. Elles participent à l'éducation à l'environnement et au développement durable. Elles assurent une mission d'information sur la santé et la sexualité.

Elles favorisent, par des dispositifs adaptés, l'accès des personnes sourdes et malentendantes aux programmes qu'elles diffusent.

Elles assurent l'honnêteté, l'indépendance et le pluralisme de l'information ainsi que l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion dans le respect du principe d'égalité de traitement et des recommandations du Conseil supérieur de l'audiovisuel.

Les organismes du secteur public de la communication audiovisuelle, pour l'exercice de leurs missions, contribuent à l'action audiovisuelle extérieure, au rayonnement de la francophonie et à la diffusion de la culture et de la langue françaises dans le monde. Ils s'attachent à développer les nouveaux services susceptibles d'enrichir ou de compléter leur offre de programmes ainsi que les nouvelles techniques de production et de diffusion des programmes et services de communication audiovisuelle.

Chaque année, un rapport est déposé au Parlement afin de faire l'état de l'application des dispositions du présent article. »

En effet, le CSA établit chaque année un rapport public, adressé au président de la République, au Gouvernement et au Parlement, qui rend compte de son activité, de l'application de la loi, du respect de leurs obligations par les chaînes publiques de télévision (France 2, France 3, France 5 à laquelle s'ajoute France 4 depuis le 31 mars 2005), par RFO, Radio France et RFI.

Dans ce rapport, le Conseil supérieur de l'audiovisuel peut suggérer les modifications de nature législative et réglementaire que lui paraît appeler l'évolution technologique, économique, sociale et culturelle des activités du secteur de l'audiovisuel. Il peut également formuler des observations sur la répartition du produit de la redevance et de la publicité entre les organismes du secteur public.

### **LE DÉCRET N°2009-796 DU 23 JUN 2009 FIXANT LE CAHIER DES CHARGES DE LA SOCIÉTÉ NATIONALE DE PROGRAMME**

### **FRANCE TÉLÉVISIONS. (MODIFIÉ PAR DÉCRET N°2021- 96 DU 30 JANVIER 2021-ART 1)**

C'est en annexe du Décret du 23 juin 2009 que nous retrouvons le cahier des charges de la société France Télévisions. La modification apportée le 30 janvier 2021 donne aussi un cadre plus précis sur la visibilité des Outre-mer. L'annexe se compose de 70 articles qui encadrent de manière précise le cahier des charges. Nous n'évoquerons pas l'ensemble des articles dans leur totalité. Nous utiliserons uniquement ceux qui marquent la devise du service public audiovisuel : informer, distraire, éduquer et cultiver. Nous évoquerons ensuite les missions assignées aux chaînes ultramarines et nous soulignerons l'intégration du numérique.

### **LE DÉCRET N°2009-796 DU 23 JUN 2009 FIXANT LE CAHIER DES CHARGES DE LA SOCIÉTÉ NATIONALE DE PROGRAMME FRANCE TÉLÉVISION. (MODIFIÉ PAR DÉCRET N°2021- 96 DU 30 JANVIER 2021-ART 1)**

Dès son préambule, le décret inscrit des missions et des ambitions fortes par le biais de la sémantique : « Intéresser sans ennuyer [...] distraire et amuser [...] accueillir le débat, l'organiser [...] offrir un espace privilégié à la création [...] contribuer à la vitalité et à la richesse de notre cinéma [...] prendre des risques...

L'article 1 souligne sa première mission intrinsèque : « concevoir et [...] programmer des émissions de télévision à caractère national, régional et local ainsi que des émissions de radio ultramarines. Dans cet article, le décret évoque aussi la conception de « services de médias audiovisuels à la demande ». Nous sommes ici dans ce que nous pouvons appeler les valeurs républicaines et fédératrices du service public de l'audiovisuel.

L'article 2 évoque un des axes forts de la démocratie : le pluralisme des courants de pensée et d'opinion, la diversité de création et des programmes.

L'article 3 précise les lignes éditoriales de chaque chaîne du groupe France Télévision. Il offre la possibilité à chaque entité de jouer un rôle précis. Quand France 2 possède le rôle fédérateur de la communauté nationale par son contenu, France 3 se dédie à la valorisation du local et du régional de l'Hexagone. France 5 est missionnée sur la diffusion de la connaissance et du partage de tous types de sujets (sciences humaines, sciences sociales, technique de l'environnement et du développement durable). Les Outre-mer ne sont pas oubliés. Nous en parlerons par la suite.

## INFORMER, DISTRAIRE, ÉDUCER ET CULTIVER

Il s'agit là des marqueurs qui différencient le service public audiovisuel et le privé. Ils définissent en totalité la philosophie et déclinent la programmation pour chaque entité du groupe.

### 1 INFORMER

L'information nationale, locale et régionale doit occuper une place prépondérante (art.1). L'obligation d'honnêteté, d'indépendance et du pluralisme de l'information est marquée (art. 35 et 35-1). L'information se veut aussi européenne (art. 16). Elle est aussi marquée par les débats et les messages de l'État (art. 14, 44 et 48). L'information se situe aussi au niveau politique et démocratique (art. 45,46, 47 et 49). D'autres thématiques informatives comme l'expression des cultes religieux, l'intégration des populations étrangères, la météo, l'information au consommateur, sont aussi inscrites dans le cahier des charges.

### 2 ÉDUCER

L'éducation occupe une place importante dans le service public de l'audiovisuel. Le cahier des charges impose une éducation par des programmes scientifiques et des documentaires (art.7 et 12). L'éducation aux médias doit être aussi assurée (art. 15). D'autres thématiques émergent comme la promotion et l'apprentissage des langues étrangères, la lutte contre les discriminations, la diversité à l'antenne, la sécurité routière, et la citoyenneté (art.26, 37, 38, 50, 52, 53).

### 3 DISTRAIRE

Le divertissement est aussi un pilier du cahier des charges. Il s'élabore sur base des émissions musicales (art.5), des programmes sportifs (art.8), de la diffusion d'œuvre cinématographique (art.10), de la fiction audiovisuelle (art.11), des programmes pour la jeunesse (art.13), des émissions de jeux (art.18).

### 4 CULTIVER

Le service public audiovisuel a toujours distingué l'éducation et la culture. Son cahier des charges n'échappe pas à cette règle. Plusieurs articles mettent en avant une volonté de diffusion de la culture. Tout d'abord, l'obligation d'une émission culturelle quotidienne par la retransmission de spectacles, d'émissions, d'évènements, ... (art.4). Ensuite, la diffusion des œuvres de formes d'expression théâtrale, lyrique ou chorégraphique (art.6). Pour finir, le soutien à la création audiovisuelle sur l'adaptation du patrimoine littéraire français, l'histoire nationale et européenne, les évolutions de la société contemporaine (art.9)

## LES OUTRE-MER INSTITUTIONNALISÉS

Le cahier des charges annexé au décret donne aussi une place forte à l'Outre-mer. Plusieurs articles évoquent de manière claire les fonctions et les attentes des chaînes ultramarines. Il participe au développement de leur visibilité.

A l'alinéa 5 de l'article 3, les chaînes Outre-mer doivent privilégier « une ligne éditoriale proche des cultures et environnements des territoires ultra-marins français et contribuent à l'expression des langues régionales ». Nous pouvons aussi lire qu'elles doivent programmer des émissions en lien avec « leur culture, leur histoire, leurs traditions et leurs spécificités économiques et sociales ».

Sur la visibilité des Outre-mer, l'article 7-1 est aussi très important. Cet article fait son

apparition suite à la fermeture de France Ô pour combler le déficit de visibilité ultramarine sur les chaînes nationales.

L'article inscrit l'obligation au groupe France Télévisions d'accorder « une juste place à la représentation des Outre-mer ». Cette représentation passe par de la diffusion, de la production, la co-production d'émission ou d'actualité sur les chaînes du groupe. Concernant la diffusion, la loi précise aussi que France Télévisions doit diffuser en moyenne un programme ultramarin en première partie de soirée sur France 2, France 3 ou France 5. La création de fiction par des auteurs ultramarins n'est pas évoquée.

L'article 40 fixe l'expression des langues régionales dans les programmes édités au niveau régional et local.

## ET LE NUMÉRIQUE ?

Le numérique est aussi mentionné au sein du cahier des charges. Il fait l'objet de quatre articles : art. 1, 3, 21 et 22. Ces articles inscrivent l'obligation de développer des services de médias à la demande, des offres de communication en ligne. Ils imposent aussi l'utilisation de toutes nouvelles formes technologiques pour offrir le maximum d'interaction et de faciliter l'utilisateur. L'objectif de ces articles est d'offrir au service public audiovisuel un complément de contenus aux usagers, à l'image de l'ensemble des plateformes d'autres structures privées. L'intégration du numérique est aussi le signe de la capacité d'adaptabilité du service public comme cité au début.

### **Le service public de l'audiovisuel en France est encadré par un ensemble de textes réglementaires :**

Le code de la santé publique, notamment ses articles L. 5124-1 à L. 5124-18 ;

La loi n° 82-652 du 29 juillet 1982 sur la communication audiovisuelle ;

La loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication, notamment ses articles 9, 27, 44 et 48 ;

La loi n° 94-665 du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française ;

La loi n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision, notamment ses articles 46, 69 et 91 ;

Le décret n° 87-239 du 6 avril 1987 pris pour l'application de l'article 27-I de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication et fixant pour les services de radiodiffusion sonore diffusés par voie hertzienne terrestre ou par satellite le régime applicable à la publicité et au parrainage ;

Le décret n° 90-66 du 17 janvier 1990 pris pour l'application de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 et fixant les principes généraux concernant la diffusion des œuvres cinématographiques et audiovisuelles par les éditeurs des services de télévision ;

Le décret n° 92-280 du 27 mars 1992 pris pour l'application des articles 27 et 33 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 et fixant les principes généraux définissant les obligations des éditeurs de services en matière de publicité, de parrainage et de téléachat ;

Le décret n° 92-1188 du 5 novembre 1992 pris pour l'application des articles 27 et 70 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication et fixant les principes généraux définissant les obligations concernant la diffusion des œuvres cinématographiques par l'organisme du secteur public et les services de communication audiovisuelle diffusés en clair par voie hertzienne terrestre ou par satellite dans les départements et territoires d'Outre-mer et dans les collectivités territoriales de Saint-Pierre-et-Miquelon et de Mayotte ;

Le décret n° 2001-609 du 9 juillet 2001 pris pour l'application du 3° de l'article 27 et de l'article 71 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 et relatif à la contribution des éditeurs de services de télévision diffusés en clair par voie hertzienne terrestre en mode analogique au développement de la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles ;



## EN RÉSUMÉ

Le cadre légal encadre de manière forte le cahier des charges du groupe France Télévisions et de Réunion la 1ère télévision. Nous retrouvons ainsi les 4 marqueurs forts du service public de l'audiovisuel : informer, distraire, éduquer, cultiver. Le droit commun va plus loin. Elle inscrit la reconnaissance de l'identité régionale dans la diffusion du contenu au niveau du local, mais aussi du national, un contenu documentaire ou d'information. Contrairement à la fiction, le numérique n'est pas oublié. Le cadre légal intègre de manière forte les changements technologiques.

# Chapitre 2

---

## MÉDIAMÉTRIE ÉVOLUTION DES CHAÎNES DE LA RÉUNION de 2010 à 2020

## Préambule

Médiamétrie est une société privée composée dans son actionnariat de médias et d'annonceurs. On retrouve un grand nombre de groupe Médias comme Radio France, France Télévisions,... Dernièrement, Orange est entré dans l'actionnariat de Médiamétrie. Le principal travail de la société est de mesurer l'audience et d'évaluer les performances des médias sur tout le territoire. Médiamétrie fait de la mesure d'audience sur tous les territoires en Outre-mer excepté Saint-Pierre-et-Miquelon et Wallis-et-Futuna en raison de leur taille trop petite. Il fournit via des communiqués gratuits des résultats d'enquêtes qui restent non-exhaustifs. La totalité de l'enquête se fait sous forme d'une contractualisation financière. De plus, il propose aussi des études payantes sur des sujets plus précis. La société est aussi composée de différents comités, partagés à moitié par des médias et des annonceurs. Le but de ces comités est de prendre des décisions concernant les configurations des mesures. Par exemple : abaisser l'âge d'un panel. Toutes ces modifications sont décidées lors de ces comités avec l'ensemble des membres. Le comité sur l'Outre-mer se réunit deux fois par an.

## LA MESURE DE L'AUDIENCE

Pour les radios en France et les médias en Outre-mer, le système de mesure est basé sur un système téléphonique et déclaratif. Il est aussi basé sur le différé. Concrètement, l'enquête questionne sur le programme de la veille au panel interrogé. Les résultats se font aussi quart d'heure par quart d'heure. Les deux finalités de Médiamétrie sont de fournir d'une part les mesures et la performance d'un média et d'autre part, un travail éditorial et de placement publicitaire avec des résultats quart d'heure par quart d'heure.



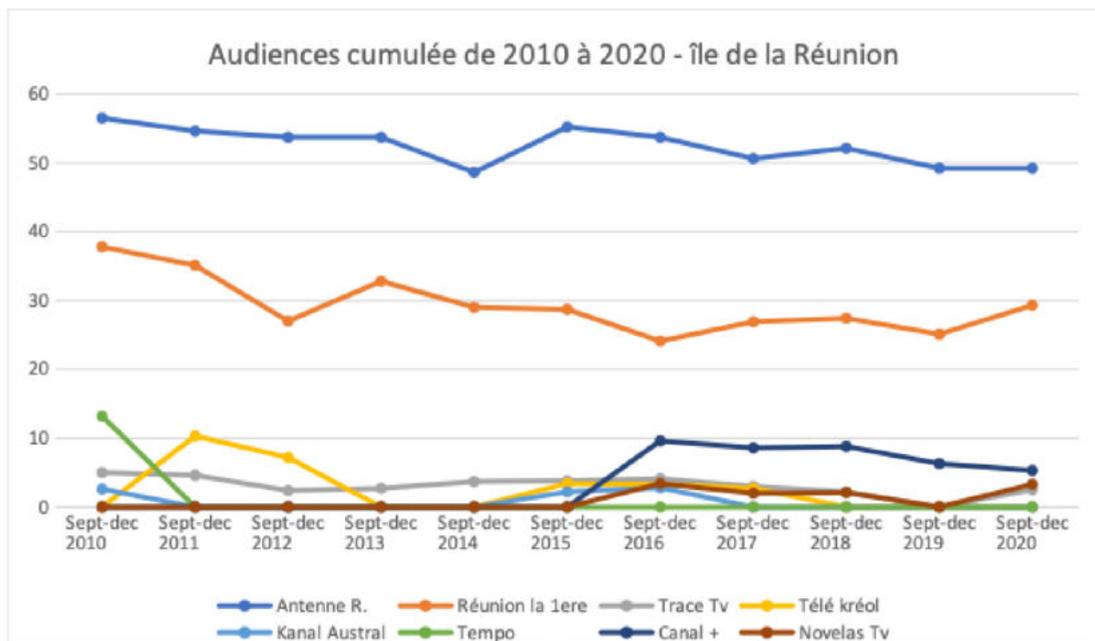
Mediametrie

## ÉVOLUTION DE LA MÉDIAMÉTRIE À LA RÉUNION 2010 – 2020

Un aperçu sur les évolutions de l'ensemble des chaînes nous donne la tendance de consommation de la télévision chez les téléspectateurs. Nous prendrons uniquement les audiences cumulées.

	Antenne Réunion	Réunion la Tère	Trace TV	Télé Créol	Kanal Austral	Tempo	Canal +	Novelas TV
Sept/déc 2010	56,5	37,8	5		2,6	13,2		
Sept/déc 2011	54,6	35,1	4,6	10,3				
Sept/déc 2012	53,7	27	2,4	7,2				
Sept/déc 2013	53,7	32,8	2,7					
Sept/déc 2014	48,6	29	3,7					
Sept/déc 2015	55,2	28,7	3,8	3,4	2,2			
Sept/déc 2016	53,7	24,1	4,1	3,3	2,8		9,6	3,4
Sept/déc 2017	50,6	26,9	3	2,7			8,6	2
Sept/déc 2018	52,1	27,4	2,2				8,8	2,1
Sept/déc 2019	49,2	25,1					6,3	
Sept/déc 2020	49,2	29,3	2,5				5,3	3,3

Nous pouvons concrètement observer que la tendance générale est à la baisse pour l'ensemble des chaînes présentes dans le panel. Pour la chaîne du service public, la baisse a été amorcée dès 2013. Pour les autres chaînes, la baisse de leurs audiences va se matérialiser au niveau de la période de 2015-2016. Nous notons aussi le fait que même Antenne Réunion ne retrouvera plus son niveau de 2010.



## ANALYSE DE LA SITUATION À LA RÉUNION PAR GUY DETROUSSELLE DIRECTEUR DU PÔLE LOCAL DE MÉDIAMÉTRIE

Monsieur Guy Detrousselle est directeur du Pôle Local de Médiamétrie. Il est en charge des marchés ultramarins. Nous avons pu avoir un entretien dans lequel il nous a livré son analyse du marché réunionnais sur la télévision. Sa première analyse est que la Réunion fonctionne comme un pays à part entière au niveau de ses médias. Même si les groupes sont locaux, le marché est très concentré. La concentration des médias (notamment l'achat des parts d'Antenne par Cirano) s'explique, pour lui, surtout après les différentes crises subies : gilet jaune, Covid-19 par un besoin de se solidifier économiquement. Mais il s'agit de phénomènes présents partout même en France. L'offre est assez conséquente, car les télévisions cumulent des forts taux d'audiences. Antenne Réunion reste un leader solide.



Guy DETROUSSELLE - crédits photos 7magazine

La tranche information reste pour les télévisions le moment fort de l'audience à la Réunion. Si en Hexagone, le pic d'audience se situe vers 21h-21h30, chez nous, il se situe à 19h. Il estime aussi que les différents médias n'ont pas à rougir de leurs productions réalisées localement par rapport à ce qui est réalisée en Hexagone. La mise en place de studios comme le site du Barachois préfigure d'une volonté des groupes de proposer une offre attractive.

Pour lui, l'avenir reste le local et l'hyper proximité même pour les médias locaux. L'information reste un pilier fort mais la production locale sur d'autres sujets (divertissement, fiction, ...) sera une piste d'avenir. En France, BFM régionalise son information en ouvrant plusieurs antennes dans les régions. D'autres médias mettent en place des cross médias dans certaines régions. Dans le nord de l'Hexagone, un groupe de presse fait aussi de la télé et de la radio. Les passerelles entre différents supports seraient aussi une voie à développer même si la bonne maîtrise technique est indispensable.

# Chapitre 3

---

## MÉDIAMÉTRIE ÉVOLUTION DE RÉUNION LA 1ÈRE TÉLÉVISION

réunion ● 1

## ANALYSE DES CHIFFRES

Contrairement aux chaînes privées, la médiamétrie n'est pas une fin en soi pour le service public audiovisuel. Elle est un indicateur qui influence de fait la programmation d'une chaîne qui essaie de s'adapter aux besoins de son audimat. Cependant, nous devons faire preuve de réalisme. Les chiffres des audiences sont souvent utilisés pour justifier les réformes et les diverses transformations pour le service public. Souvent, même, ils peuvent faire l'objet d'interprétation hors contexte.

Pour notre analyse, nous utiliserons les données uniquement liées à Réunion la 1ère sur une période de 3 ans : janvier - mars 2018 à janvier – mars 2021.

Nous ne ferons pas de comparatif avec les autres chaînes. Notre but étant de concentrer notre étude sur la chaîne publique.

Nous partirons tout d'abord sur la base d'audience cumulée (AC) qui représente le nombre total de personnes ou le pourcentage de personnes ayant passé ne serait-ce qu'un instant avec le média au cours de la période étudiée et quelles que soient les modalités de l'exposition. Elle symbolise concrètement la puissance du média et sa capacité à fédérer. Nous analyserons ensuite la part d'audience (PDA) qui définit la part des téléspectateurs captée par la chaîne sur une période donnée (émission, tranche horaire, mois,...). Ces deux indicateurs couplés nous donneront la fidélité de la consommation des usagers pour Réunion la 1ère.

Période	Audience cumulée	Part d'audience
Janvier - mars 2018	25,7%	10,8%
Avril - juin 2018	25%	10,8%
Août - novembre 2018	27,4%	11,3%
Janvier - mars 2019	23,6%	10,0%
Avril - juin 2019	24,3%	10,2%
Août - novembre 2019	25,1%	11,2%
Janvier - mars 2020	24,6%	12,9%
Avril - juin 2020	29,3%	12,0%
Août - novembre 2020	29,3%	12,3%
janvier -mars 2021	29,9%	12,3%
Avril - juin 2021	30,1%	12,7%

## AUDIENCE CUMULÉE (AC)

De janvier - mars 2018 à janvier - mars 2021, la moyenne générale est de 26,4 % en audience cumulée. Nous pouvons noter une augmentation de 4,2 points entre les périodes janvier-mars 2018 et janvier- mars 2021. L'AC est passée de 25,7% à 29,9%. Elle finit même à 30,1% pour la période d'avril-juin.

Nous remarquons le fait qu'en général les débuts d'année sont souvent synonymes de coup d'arrêt dans la montée de l'audience. Après avoir bien monté en 2018 et en finissant sur une AC de 27,4 %, Réunion la 1ère voit son audience chuter à 23,6 % début 2019.

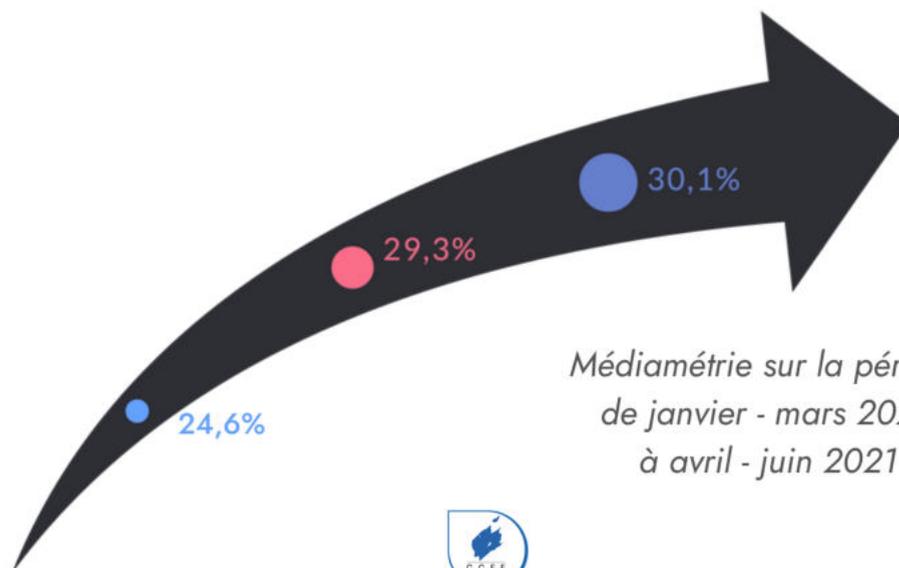
Idem pour janvier - mars 2020, la chaîne finit avec 24,6 % alors que sur la période d'août - novembre 2019, elle était montée à 25,1 %

Uniquement en 2021, la période de janvier-mars finit en hausse. La chaîne reste donc dans la dynamique positive de l'année 2020. Ce chiffre est intéressant à souligner car pour la première fois en 3 ans la tendance s'inverse pour le début de l'année. Réunion la 1ère termine à 29,9 % pour janvier-mars 2021 en hausse par rapport à la fin de l'année 2020 où sa part d'audience cumulée était de 29,3 %.

## PART D'AUDIENCE (PA)

A la lecture des chiffres, nous pouvons distinguer 2 périodes : 2018 - 2019 et 2020 - 2021. En effet, la part d'audience de 2018 à 2019 ne dépasse pas les 11 % en moyenne, même si en fin de chaque année, la chaîne voit sa part d'audience culminer à 11,3 % et 11,2 % respectivement pour 2018 et 2019. C'est à partir de 2020 que nous pouvons observer un vrai bond sur la part d'audience

où les taux par trimestre dépasse 12 % avec une pointe sur la période de janvier-mars à 12,9 %. En moyenne sur l'année 2020, la part d'audience est de 12,5 %. Cette dynamique se confirme pour le premier trimestre de 2021 avec une part d'audience à 12,3 %. La part des téléspectateurs captée par la chaîne a ainsi tendance à augmenter. Elle finit à 12,7% pour la période d'avril-juin.



Médiamétrie sur la période  
de janvier - mars 2020  
à avril - juin 2021

## LA VISION DE GORA PATEL



Gora PATEL - crédits photos 7magazine

Pour le directeur de la chaîne\* du service public, Médiamétrie est plus utile aux chaînes privées comme Antenne Réunion. Il reste un outil pour vendre des espaces publicitaires qui rentre donc dans une logique commerciale. Le service public pour lui n'a pas cette vocation. Elle ne peut pas s'inscrire dans ces logiques économiques. De plus, il estime que le système déclaratif est basé sur du quantitatif. Il aurait préféré avoir une approche qualitative. Dès son retour à la station de Primat, son objectif était de faire de l'image et de la notoriété, l'inverse de la course aux chiffres. Pour lui, il faut que la population se reconnaisse dans Réunion la 1ère. De plus, la finalité de la chaîne est la diffusion de productions de qualité qui ne sont pas compatibles avec l'audience. Pour finir, il ne cautionne pas le fait d'être classé souvent avec les autres médias. Pour illustrer son propos,

il souligne que souvent la radio Réunion la 1ère est classée 3e derrière Freedom et NRJ. Or, Réunion la 1ère radio n'est pas sur les créneaux musicaux et de Freedom. Elle est située dans le secteur radios généralistes. Par conséquent, c'est un classement qui n'a pas spécialement de sens.

### NOTRE ANALYSE

Le CCEE La Réunion a toujours émis le souhait de retirer Réunion la 1ère du classement de Médiamétrie. La chaîne du service public doit répondre à un cahier des charges précis qui n'est pas forcément accordable à la recherche de l'audience. Cette position reste d'actualité. Pour la Réunion, nous restons sur le système déclaratif du coup qui peut porter des failles. Il peut avoir une « prime à la notoriété » qui peut biaiser les résultats. Cependant, quand nous observons la fermeture des autres chaînes du groupe,

la médiamétrie est un indicateur qui est pris en compte. Nous y reviendrons dans la partie sur France Ô. Pour revenir sur Réunion la 1ère, nous avons quand même souhaité observer les chiffres et les tendances. Nous observons que la chaîne publique est dans une dynamique forte depuis 2019. Les audiences cumulées et les parts d'audience sont en progression constante. Dans un monde en mutation très forte, Réunion la 1ère tire son épingle du jeu. Elle en profite et c'est de bonne guerre de s'en prévaloir pour sa communication institutionnelle.

\*Gora PATEL a quitté ses fonctions le 1er septembre 2021

## EN RÉSUMÉ

La médiamétrie est un outil de mesure plus intéressant pour les sociétés commerciales. Le service public ne devrait pas intégrer ce processus d'enquête. Le cahier des charges est aux antipodes d'une logique de rentabilité et de profit. Le système déclaratif ouvre aussi la porte à certains biais comme « la prime à la notoriété ». Les études restent quantitatives. Quid du qualitatif ? Malgré tout, la chaîne du service public connaît une augmentation de son audience depuis 2 ans. Et même si son directeur y est opposé, les bons chiffres restent toujours un gage de réussite et surtout de survie. Il serait donc possible de faire de la qualité, du service public et de l'audience. Réunion la 1ère le démontre depuis deux ans.

# Chapitre 4

---

## PROGRAMMATION TV RÉUNION LA 1ÈRE MAI - JUIN 2021

réunion ● 1

Après avoir procédé à l'analyse de la médiamétrie de la chaîne, il est intéressant d'examiner de manière précise le contenu de la programmation. Nous avons sélectionné une période d'une semaine du samedi 15 mai au vendredi 21 mai 2021. Chaque journée sera disséquée et étudiée pour voir si la chaîne répond bien à son cahier des charges.

## SAMEDI 15 MAI

07:43 Frankie et les zhu zhu pets	14:06 De mer en filles, le surf Polynésie
08:07 Rocky Kwaterner (les ancêtres ça se respecte)	14:58 Journal
08:19 Team Dronix	15.22 Next
08:43 Ti baba 2021	16.50 Les héros de la liberté
08:51 Baobabs, entre terre et mer	16.55 Royal Pains
09:42 Claudio dans la kaz	18.18 Cuisine ouverte : un chef sur la route
10:02 un look d'enfer	18.47 La malle aux archives
10:38 le prix du désir	18.52 Savoir faire
12:12 la malle aux archives	19.00 Journal
12:15 Epicurien à table	19.42 Scènes de ménages
12:22 Scènes de ménages (S.9)	19.50 Bolivar
12:30 Journal	21.22 Bad Banks
13:09 Archipels Réunion (Mayotte, désert médical français)	23.05 Trésor du Rhône



Pour la journée du samedi 15 mai, nous avons 26 programmes de diffusion tout contenu confondu. Sur ces 26 programmes, 10 sont produits localement ou contiennent un lien avec la Réunion soit 38 % de la diffusion totale : Ti baba 2021, Claudio dans la kaz, un look d'enfer, la malle aux archives, Epicurien à table, Journal, Archipels Réunion, Savoir faire. Au niveau de l'information, les journaux de 12h30 et 19h00 sont assurés pour la partie locale et le journal de 14h58 pour le national.

Au niveau du divertissement, la chaîne propose du contenu national, international et pour enfant avec près de 14 programmations. Le contenu est varié entre des séries américaines, colombiennes, françaises. Il est aussi proposé des émissions de télévision française comme «Trésor du Rhône» et « Chef pays ».

Au niveau de la programmation enfant, 3 dessins animés sont proposés en matinée.

## DIMANCHE 16 MAI

07.31 Frankie et les zhu zhu pets	15.22 Supergirl (S2)
07.56 Rocky Kwaterner (les ancêtres ça se respecte)	16.04 Loca terre
08.19 Team Dronix	16.23 Les héros de la Liberté
09.04 A table les enfants	16.30 The River (S8)
09.10 Dieu m'est témoin (S8)	18.00 Dimanche politique
09.42 Enfant de la télé	18.41 La malle aux archives
10.44 Le prix du désir	18.45 Epicurien à table
12.19 la malle aux archives	19.00 Journal
12.22 Scènes de ménages (S.9)	19.40 Savoir faire
12.30 Journal	19.43 Scène de ménage (S9)
13.06 Code phare	19.50 Forgiven
13.23 Supergirl (S2)	21.52 Blacklist (S4)
14.58 Journal	22.35 Secrets d'Histoire

Pour la journée du dimanche 16 mai, nous avons 26 programmes de diffusion tout contenu confondu. Sur ces 26 programmes, 9 sont produits localement ou contiennent un contenu avec La Réunion soit 34 % de la diffusion totale : la malle aux archives, Code Phare, Journal, Dimanche politique, Epicurien à table, Savoir faire, Loca Terre. Au niveau de l'information, les journaux de 12h30 et 19h00 sont assurés pour la partie locale et le journal de 14h58 pour le national.

Au niveau du divertissement, la chaîne propose du contenu national, international et pour enfant avec près de 13 programmations. Le contenu est varié entre des séries américaines, colombiennes, françaises. Il est aussi proposé des émissions de télévision française comme «Secrets d'Histoire».

Au niveau de la programmation enfant, 4 dessins animés sont proposés en matinée dont un éducatif.



## LUNDI 17 MAI

06.00 Gran Matin	15.45 Tout le monde veut prendre sa place
08.11 Se Zot Ki Koz	16.34 The good doctor (S1)
08.15 Un si grand soleil	17.21 Scènes de ménages (S.9)
08.39 Les liens du destin (E65)	17.34 Flamme de l'Égalité, concours pour...
09.28 Seconde chance (E23)	17.41 Collèges 1ère
10.15 Ça commence aujourd'hui	17.58 Les liens du destin
11.22 Claudio dans la kaz	18.51 Se zot ki Koz
11.49 Chef pays sept-déc 2020	19.00 Journal
12.17 Un look d'enfer	19.40 Scènes de ménages (S9)
12.25 Scènes de ménages (S.9)	19.45 S.W.A.T
12.30 Journal	21.09 Archipels Réunion (Furcy procès de la liberté)
13.21 Vie à tout prix	22.04 Au temps des dinosaures
14.58 Journal	23.55 Aventure météo
15..37 Nos chers voisins (S2)	

## Archipels Réunion



Pour la journée du lundi, nous avons 27 programmes de diffusion tout contenu confondu. Sur ces 27 programmes, 9 programmes sont produits localement ou contiennent un contenu avec La Réunion soit 30 % de la diffusion totale : Gran Matin, Se Zot ki koz, Claudio dans la kaz, un look d'enfer, le journal, Collèges 1ère, Archipels Réunion.

Au niveau de l'information, les journaux de 12h30 et 19h00 sont assurés pour la partie locale et le journal de 14h58 pour le national.

Au niveau du divertissement, la chaîne propose du contenu national et international avec près de 15 programmations. Le contenu est varié entre des séries américaines, anglaises, françaises et telenovelas. Il est aussi proposé des émissions de télévision française comme « Ça commence aujourd'hui » et « Chef pays ».

Au niveau éducatif, Réunion 1ère propose aussi l'émission Collèges 1ère et Flamme de légalité.

## MARDI 18 MAI

06.00 Gran Matin	15.45 Tout le monde veut prendre sa place
08.11 Se Zot Ki Koz	16.34 The good doctor (S1)
08.15 Un si grand soleil	17.21 Scènes de ménages (S.9)
08.39 Les liens du destin (E65)	17.40 Collèges 1ere
09.28 Seconde chance (E23)	17.58 Les liens du destin
10.15 Ça commence aujourd'hui	18.51 Se zot ki Koz
11.22 Claudio dans la kaz	19.00 Journal
11.48 Chef pays janv-juin 2021	19.40 Scènes de ménages (S9)
12.17 Un look d'enfer	19.45 OPJ (974) saison 2 Le Prime
12.25 Scènes de ménages (S.9)	21.29 Chérif (saison 5)
12.30 Journal	23.15 C du cinéma
13.21 Vie à tout prix	23.23 Code Phare
14.58 Journal	23.37 Terminator Renaissance
15.37 Nos chers voisins (S2)	

Pour la journée du mardi, nous avons 27 programmes de diffusion tout contenu confondu. Sur ces 27 programmes, 10 programmes sont produits localement ou contiennent un contenu avec la Réunion soit 37 % de la diffusion totale : Gran Matin, Se Zot ki koz, Claudio dans la kaz, un look d'enfer, le journal, Collèges 1ère, C du cinéma, Code Phare. Au niveau de l'information, les journaux de 12h30 et 19h00 sont assurés pour la partie locale et le journal de 14h58 pour le national.



Au niveau du divertissement, la chaîne propose du contenu national et international avec près de 16 programmations. Le contenu est varié entre des séries américaines, anglaises, françaises et telenovelas. Il est aussi proposé des émissions de télévision française comme « Ça commence aujourd'hui » et « Chef pays ».

Au niveau éducatif, Réunion 1ère propose aussi l'émission Collèges 1ère.

## MERCREDI 19 MAI

06.00 Gran Matin	15.51 Vital
08.11 Se Zot Ki Koz	15.59 C Jamy
08.15 Un si grand soleil	17.03 C du cinéma
08.39 Les liens du destin (E65)	17.11 Scènes de ménages (S.9)
09.28 Seconde chance (E23)	17.30 Savoir faire
10.15 Ça commence aujourd'hui	17.41 Collèges 1ere
11.22 Claudio dans la kaz	17.58 Les liens du destin
11.49 Chef pays juin-dec 2021	18.51 Se zot ki Koz 2021
12.17 Un look d'enfer 2021	19.00 Journal
12.25 Scènes de ménages (S.9)	19.40 Scènes de ménages (S9)
12.30 Journal	19.45 Archipels Réunion (De Ste Clotilde à Kerbala)
13.22 Club Lumni 1a 1ere	20.42 Jeunesse en fumée
14.29 Zine ! Zine !	22.00 Finale de la Coupe de France de football
14.58 Journal	
15.37 Nos chers voisins (S2)	



Pour la journée du mercredi, nous avons 28 programmes de diffusion tout contenu confondu. Sur ces 28 programmes, 12 programmes sont produits localement ou contiennent un contenu avec La Réunion soit 42 % de la diffusion totale : Gran Matin, Se Zot ki koz, Claudio dans la kaz, un look d'enfer, le journal, Collèges 1ère, C du cinéma, Archipels, Vital, Savoir Faire. Au niveau de l'information, les journaux de 12h30 et 19h00 sont assurés pour la partie locale et le journal de 14h58 pour le national.

Au niveau du divertissement, la chaîne propose du contenu national et international avec près de 17 programmations. Le contenu est varié entre des séries américaines, anglaises, françaises et telenovelas. Il est aussi proposé des émissions de télévision française comme « Ça commence aujourd'hui » et « Chef pays ».

Au niveau éducatif, Réunion la 1ère propose aussi l'émission Collèges 1ère, Club Lumni et C Jamy. Au niveau du sport, la chaîne assure aussi la diffusion des grands rendez-vous.

## JEUDI 20 MAI

06.00 Gran Matin	15.37 Nos chers voisins (S2)
08.11 Se Zot Ki Koz	15.45 Tout le monde veut prendre sa place
08.15 Un si grand soleil	16.34 The good doctor (S1)
08.39 Les liens du destin	17.21 Scènes de ménages (S.9)
09.28 Seconde chance	17.41 Collèges 1ère
10.15 Ça commence aujourd'hui	17.58 Les liens du destin
11.22 Claudio dans la kaz	18.51 Se zot ki Koz
11.49 Chef pays janvier-juin 2021	19.00 Journal
12.17 Un look d'enfer	19.40 Scènes de ménages (S9)
12.25 Scènes de ménages (S.9)	19.45 Sobatkoz Régionales 2021
12.30 Journal	21.47 The last ship
13.21 Vie à tout prix	22.37 Echappées belles
14.59 Journal	



Pour la journée du jeudi, nous avons 25 programmes de diffusion tout contenu confondu. Sur ces 25 programmes, 9 programmes sont produits localement ou contiennent un contenu avec la Réunion soit 36 % de la diffusion totale : Gran Matin, Se Zot ki koz, Claudio dans la kaz, un look d'enfer, le journal, Collèges 1ère, Sobatkoz Régionales.

Au niveau de l'information, les journaux de 12h30 et 19h00 sont assurés pour la partie locale et le journal de 14h58 pour le national. Au niveau du divertissement, la chaîne propose du contenu national et international avec près de 16 programmations.

Le contenu est varié entre des séries américaines, anglaises, françaises et telenovelas. Il est aussi proposé des émissions de télévision française comme « Ça commence aujourd'hui » et « Chef pays ».

Au niveau éducatif, Réunion 1ère propose aussi l'émission Collèges 1ère. À l'approche des élections, Réunion 1ère propose une émission débat avec Sobatkoz Régionales où pendant près de deux heures plusieurs intervenants échangent sur les enjeux des prochaines élections.

## VENDREDI 21 MAI

06.00 Gran Matin	14.58 Journal
08.11 Se Zot Ki Koz	15.37 Nos chers voisins (S2)
08.15 Un si grand soleil	15.46 Tout le monde veut prendre sa place
08.39 Les liens du destin	16.34 The good doctor (S1)
09.28 Seconde chance	17.21 Scènes de ménages (S.9)
10.15 Ça commence aujourd'hui	17.40 Collèges 1ère
11.22 Claudio dans la kaz	17.58 Les liens du destin
11.49 Chef pays janvier-juin 2021	18.51 Se zot ki Koz 2021
12.17 Un look d'enfer 2021	19.00 Journal
12.25 Scènes de ménages (S.9)	19.40 Scènes de ménages (S9)
12.30 Journal	19.45 Tine Poppy
13.21 Vie à tout prix	21.07 Tous aux festivals



Pour la journée du vendredi, nous avons 24 programmes de diffusion tout contenu confondu. Sur ces 24 programmes, 9 programmes sont produits localement ou contiennent un contenu avec La Réunion soit 37 % de la diffusion totale : Gran Matin, Se Zot ki koz, Claudio dans la kaz, un look d'enfer, le journal, Collèges 1ère, Tine Poppy.

Au niveau de l'information, les journaux de 12h30 et 19h00 sont assurés pour la partie locale et le journal de 14h58 pour le national.

Au niveau du divertissement, la chaîne propose du contenu national et international avec près de 14 programmations. Le contenu est varié entre des séries américaines, anglaises, françaises et téléromans. Il est aussi proposé des émissions de télévision française comme « Ça commence aujourd'hui » et « Chef pays ».

Au niveau éducatif, Réunion 1ère propose aussi l'émission Collèges 1ère. Pour cette fin de semaine, Réunion 1ère propose une session culturelle et musicale par une émission sur la chanteuse locale Tine Poppy.

## ANALYSE GLOBALE

Il est intéressant de noter la présence d'un contenu local assez fort sur Réunion 1ère. Sur une semaine, la moyenne du contenu local est de 36 % avec un taux à 42 % d'émission locale pour la journée du mercredi. Nous sommes sur les ratios suivants :

Concrètement, nous sommes sur une base entre 9 et 12 programmes par jour sur 26 programmes en moyenne. Ce contenu est très diversifié. La chaîne propose des journaux d'informations, des documentaires avec Archipels et Loca Terre, des émissions de découverte avec Claudio dans la Kaz et Se zot ki koz, des productions externes avec Savoir Faire et Epicurien à table, des émissions éducatives avec Collèges 1ère et malles aux archives et des émissions divertissantes avec Look d'enfer. La musique locale n'est pas oubliée avec la diffusion d'émissions sur les festivals et les artistes locaux.



Au niveau de l'information, les deux journaux télévisés locaux (12h30 et 19h) sont accompagnés d'un journal national pour offrir une information hexagonale. La chaîne participe aussi à la vie démocratique en proposant des sobatkoz sur les campagnes régionales et une émission politique Dimanche Politique.

Sur la programmation en lien avec la diffusion et la promotion de la culture française, la chaîne propose des émissions nationales comme : Chefs Pays, Echappées Belles, Secrets d'Histoire, Trésor du Rhône, Cuisine Ouverte.

Réunion 1ère n'oublie pas le côté éducatif. Elle propose des émissions comme Lumni, C Jamy, Collèges 1ère, À table les enfants, Zine Zine. La partie historique est aussi valorisée par la diffusion d'émissions sur les Icônes de la Liberté qui met en valeur des femmes et des hommes progressistes dans le combat contre l'esclavage ou le colonialisme.

Pour finir, l'ouverture aux autres territoires ultra-marins est assurée par des reportages dans l'émission Archipels (Mayotte, Tahiti...) mais aussi par la diffusion par des productions externalisées comme « Baobab, entre ter et mer » sur Madagascar.

La partie divertissement est élaborée à partir d'émissions nationales de jeux. Des séries françaises, américaines et colombiennes sont aussi proposées aux téléspectateurs. Les téléromans sont aussi présentes dans la grille de diffusion.



## EN RÉSUMÉ

Réunion la 1ère est une chaîne très diversifiée. Elle répond à son cahier des charges dans ses missions d'information, d'éducation de valorisation de la culture française et locale. Elle s'implique aussi dans le débat démocratique en proposant des analyses sur les élections et des débats entre candidats. L'ouverture sur l'océan Indien et les Outre-mer est présente sur la chaîne. En une semaine, un téléspectateur a accès à une offre plurielle de contenus sur Réunion la 1ère.

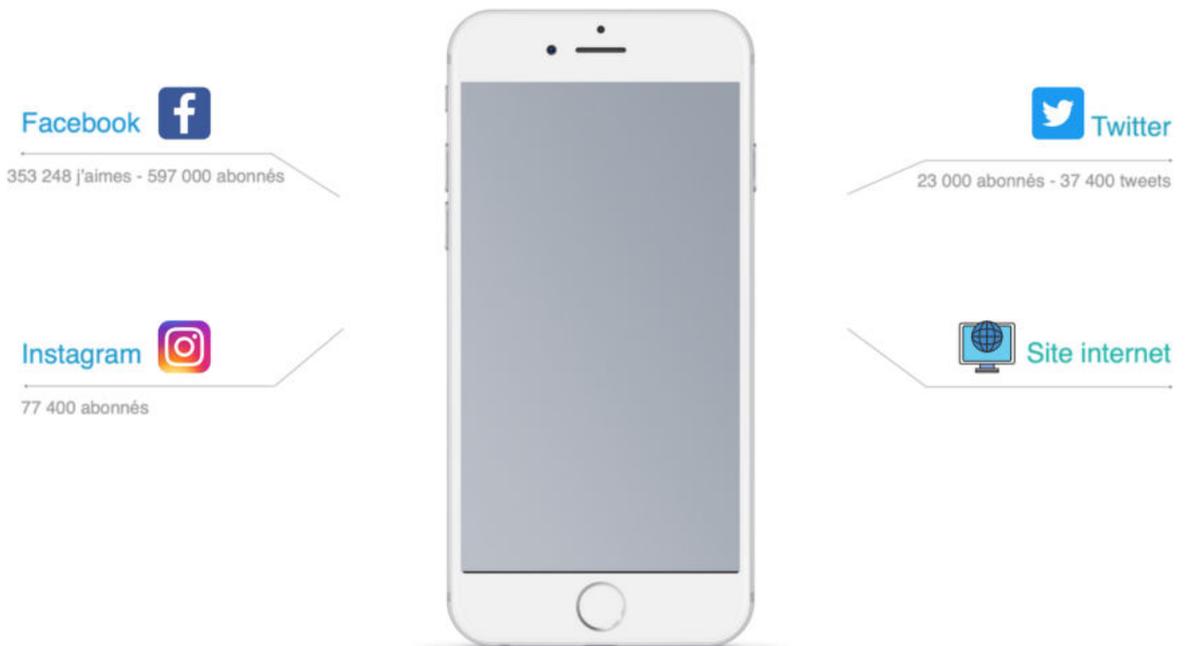
# Chapitre 5

---

## COMMUNICATION DIGITALE

## STATISTIQUES

Réunion la 1ère dispose d'un réseau sur le digital très développé. Elle est ainsi présente sur Facebook, Instagram, Twitter et YouTube. Avec des millions de vues sur ses vidéos Facebook, la page de Réunion la 1ère est la 4ème du groupe France Télévisions. Ses réseaux sociaux sont les plus performants des stations ultramarines. Avec plus de 350 000 abonnés, la page Facebook de la chaîne est l'une des pages les plus virales de l'île. Selon Stéphane PESSIN, délégué au numérique de la chaîne, la communauté Facebook est répartie majoritairement entre les habitants de La Réunion et ceux de l'Hexagone. Dans l'océan Indien, nous retrouvons aussi des fans Facebook à Maurice, Madagascar et Mayotte. La chaîne confirme, ainsi, via son digital, qu'elle élargit son audience au-delà de l'île.



Chiffres de 2021

## STRATÉGIE

La stratégie de la station est de faire de la notoriété et pas forcément de développer des taux d'audience. La chaîne souhaite travailler sur une image d'hyperproximité avec pour objectif la production de contenu créé avec la population. L'autre objectif est de rendre complémentaire de manière optimale l'ensemble des supports (radio, télévision, site internet, réseaux sociaux).

Le but pour Réunion la 1ère est d'être au cœur des Réunionnaises et des Réunionnais avec des productions culturelles locales : Kosa la fé, Christian Objet Lontan, Sak gramoun té pokor di, ...

Depuis 3 ans, le digital de Réunion la 1ère est dans une bonne dynamique avec une expansion observée lors du confinement. Les Facebook live restent des moments de forte audience pour la chaîne. Nous pouvons préciser que la politique digitale est décidée localement. Les réseaux sociaux rentrent parfaitement dans le cadre des missions du service public et de son cahier des charges sur l'éducation et la promotion de la culture locale.

**352 K**

fans sur la page  
Facebook

**138 M**

de vues des vidéos  
sur la page Facebook

**4<sup>ème</sup> page**

du groupe France  
Télévisions en nombre  
de vue



## EN RÉSUMÉ

Réunion la 1ère réussit son pari digital. Présente sur de nombreux supports, elle a su se démarquer en utilisant de manière ingénieuse le numérique. Elle arrive à remplir les missions de son cahier des charges en termes d'information, d'éducation et de promotion de la culture locale. Sa communauté Facebook donne à Réunion la 1ère un rayonnement international (France, océan Indien, Afrique).

Ses réseaux sociaux lui permettent de renforcer sa notoriété et son image d'hyperproximité.

# Chapitre 6

---

## FERMETURE DE FRANCE Ô



La suppression de la chaîne France Ô est un élément intéressant à analyser pour mieux appréhender les arguments de l'État et surtout mieux anticiper des signes de « menaces » pour Réunion la 1ère. Il faut surtout comprendre que cette fermeture a spécialement surpris les équipes en interne et la communauté ultramarine de l'Hexagone.

## HISTORIQUE

Pour cerner les contours de la fermeture, nous devons tout d'abord nous intéresser au contexte du lancement de la chaîne. Depuis 1998, France Télévisions assurait une présence dans l'espace public médiatique des Outre-mer via RFO SAT. Mais c'est en 2005 que la représentation ultra-marine prendra un nouveau virage en France. Suite à la crise des banlieues, le Gouvernement prend une série de mesures dont une qui concernera le paysage audiovisuel : la création d'une chaîne avec un cahier des charges précis. L'objectif est de promouvoir la diversité culturelle et faire la vitrine des Outre-mer.

France Ô est lancée dans un contexte déjà particulier. Ici, dès le départ, nous pouvons comprendre que certains critères du cahier des charges n'étaient peut-être pas liés ou compatibles. La problématique des banlieues et de la diversité culturelle suite aux immigrations que la France a connu n'est pas la même problématique que la visibilité des territoires ultramarins.

En 2010, France Ô fait son apparition sur la TNT alors qu'elle était cantonnée au câble et au satellite. Sa programmation était composée de documentaires, de journaux télévisés locaux et de séries télévisées spécialisées.

## LES RAISONS DE LA FERMETURE

Dans un entretien à Europe 1, Sylvie Gengoul, directrice du pôle Outre-mer de France Télévisions, explique que c'est la faible part d'audience cumulée sur plusieurs années qui a poussé l'État à fermer France Ô. La part d'audience serait passée de 0,8 % en 2016 à 0,7 en 2017 pour atteindre 0,5 % voire 0,3 % dans les dernières années. C'est donc bien le ratio audience/coût de diffusion qui a été privilégié comme critère pour la fermeture de la chaîne. Concrètement, en 2014, son coût de diffusion était estimé à 30 millions d'euros pour une rentrée via son audience à 1,5 million d'euros (redevances audiovisuelles) et des recettes publicitaires à 700 000 euros.

Ici, il est intéressant d'analyser le fait qu'il s'agit d'une approche de gestion

d'entreprise privée qui a été appliquée.

Le rapport charges/recettes étant déficitaire sur plusieurs exercices, la seule solution restait la cessation de l'activité. Le non-respect du cahier des charges de départ est aussi la seconde raison évoquée. Mais de manière factuelle, nous n'avons pas trouvé ce qui était attendu en termes de contenu et de production.

Cependant, la fermeture de France Ô pose une question plus large. Doit-on envisager un service public comme une entreprise privée dans sa gestion ? Il faudrait être naïf pour ne pas voir que notre Gouvernement a pris ce virage pour l'ensemble des services publics en France depuis plusieurs années. Ce n'est pas vraiment là le problème, nous y reviendrons par la suite.

## ET POURTANT DANS LE FOND

Paradoxalement, France Ô proposait du contenu de qualité et remplissait son gage de représentativité dans le paysage audiovisuel. Le CSA souligne dans son observatoire de la diversité que France Ô assurait 10 % de la représentativité des ultramarins alors qu'elle est de 0,4 % aujourd'hui dans le paysage audiovisuel. De plus, à l'été 2020, le groupe France Télévisions se félicite que près de 3,6 millions de personnes en moyenne par semaine regardent le contenu des Outre-mer alors qu'ils n'étaient 1,5 million en 2019 sur l'ensemble des chaînes du groupe.

Il y avait donc un engouement fort pour le contenu ultramarin. Les interventions de Babette de Rozière et de Sébastien Folin dans les médias ont mis en valeur aussi une mauvaise gestion en interne autant dans la structuration que dans les budgets alloués plus faibles que pour d'autres chaînes du groupe. Babette de Rozière part plus loin en regrettant le manque d'investissements des cadres de France Télévisions et le manque de personnes ultramarines au sein des choix de contenu.

### L'ANALYSE DE GORA PATEL, DIRECTEUR DE RÉUNION LA 1ÈRE

Pour Gora Patel, le lancement de France Ô s'inscrivait dans une suite logique de RFO Satellite. Avec cette idée noble de vouloir toujours assurer la visibilité des territoires ultramarins, la chaîne nourrissait un espoir fort dans la mutation technologique de l'époque qu'était la TNT. Pourtant, pour lui, le groupe France Télévisions aurait fait une erreur stratégique : ne pas s'appuyer sur les stations existantes en Outre-mer. Or, à l'époque de RFO Satellite, la station de RFO Réunion, pour la prendre pour exemple, préparait un contenu formaté pour une diffusion sur le satellite (reportage de 13 minutes). Il y avait donc un lien fort entre les stations Outre-mer et RFO Satellite.

Ce lien pouvait aller jusqu'à la zone voisine des stations. C'est ainsi que des contenus de Maurice, Madagascar, et d'Afrique étaient diffusés via ce canal.

Ce rapport de flux ne s'est plus retrouvé au lancement de France Ô. L'entité absorbait des budgets conséquents au détriment des stations régionales. Elle s'était donc coupée de ces relais ultramarins. De plus, comme France Ô finançait directement les producteurs locaux sur les œuvres, ces derniers ne s'adressaient plus aux stations ultramarines. C'était donc une autre scission qui s'opérait entre les acteurs d'un même territoire.

### CONCRÈTEMENT À LA RÉUNION

France Ô représentait l'opportunité de diffuser sur le territoire national des fictions courtes, portées par des auteurs ultramarins, lors d'une émission récurrente, « Ô et Courts » qui achetait régulièrement les droits de diffusion de films, produits ou auto-produits et offrait une vitrine ainsi qu'une structuration aux ayants droit, notamment venus de La Réunion.



Plus qu'un portail de l'Outre-mer sur l'Hexagone, France Ô était surtout un accélérateur de chances (égalité des chances), un accompagnateur vers la structuration, la professionnalisation, le développement économique et donnait accès à de la valorisation et de la reconnaissance.

La disparition de France Ô a donc refermé une porte sur le national pour les producteurs locaux comme cela a été formulé lors des Ateliers Culture portés par le CCEE à La Réunion en Juin-Juillet 2019.

## NOTRE ANALYSE

La réflexion basée sur la part d'audience est typique d'une entreprise privée. En effet, l'audience est le marqueur pour attirer des investisseurs privés ainsi que des recettes publicitaires plus fortes. De plus, la part d'audience s'applique automatiquement à la recherche de cibles. Sans rentrer dans les fondements du marketing, l'atteinte de cette cible se fait par le contenu/produit approprié. Le cahier des charges d'une chaîne privée est donc basé sur la cible qu'il souhaite atteindre et évolue en fonction de son audience et du marché. Le cahier des charges de France Ô était la promotion de la diversité culturelle et la valorisation des Outre-mer. De fait, les logiques ne sont pas les mêmes qu'une chaîne privée dès le départ. Il n'y a pas de course à l'audience, car les attentes ne sont pas les mêmes. Nous sommes dans la mise en place et la logique d'un service public.

Le service public ne s'inscrit pas traditionnellement dans des logiques d'entreprises privées. La rentabilité ne fait pas partie de ses objectifs.

Il s'agit bel et bien de respecter son cahier des charges et le droit commun. À contrario, si nous prenons la réflexion à l'envers et que nous proposons une approche mercantile, le lancement de France Ô comme tout produit s'est-il inscrit dans une réelle démarche marketing ? A-t-on réellement fait une étude de marché lors de la restructuration de toutes les chaînes ? A-t-on réellement bien ciblé les attentes et les téléspectateurs ? À en croire Sébastien Folin, pas vraiment. Il évoque dans son intervention que les budgets n'étaient pas à la hauteur des ambitions affichées. A savoir, uniquement 30 millions d'euros contre 50 millions d'euros pour Franceinfo. Le ciblage n'était pas clair : ultramarin de l'Hexagone, ultramarin tout court, métropolitains ? L'autre point à noter est que France Ô a subi une cannibalisation des chaînes la 1ère. Or, une bonne étude marketing aurait pu souligner ce point. Concrètement, l'approche de gestion d'une entreprise privée s'est appliquée trop tard dans la vie de France Ô à savoir pour justifier sa fermeture.

## EN RÉSUMÉ

France Ô nourrissait à l'origine de grandes promesses. Avec l'arrivée de la TNT, il devait prendre le relais du capital laissé par RFO sur le satellite. Sauf que les mauvais chiffres et le ratio négatif recette/dépense ont poussé la direction du groupe à fermer la chaîne. Mais en regardant de près, nous comprenons que cette fermeture était presque tracée. Un cahier des charges nourrit de contradiction : valoriser l'immigration des banlieues et assurer la visibilité de l'Outre-mer. France Ô ne s'est pas appuyé sur les antennes locales. Pire, elles sont rentrées en concurrence. Pour finir, un décalage entre les ambitions et les moyens alloués ont sonné le glas de la chaîne. Pourtant, les chiffres n'étaient pas catastrophiques. La visibilité ultramarine était assurée. Son cahier des charges était donc rempli. Cette fermeture soulève la question de la gestion privée d'une entreprise publique.

Et le rôle qu'elle jouait en faveur de la visibilité des ultramarins n'a pas été récupéré malgré les directives du Pacte de Visibilité, ni par la plateforme destinée à remplacer l'antenne sur le net et pour laquelle aucun budget n'a été anticipé pour l'achat ou le pré-achat de contenus de création de court-métrages.

# Chapitre 7

---

## RÉUNION LA 1ÈRE, UN RÔLE ESSENTIEL DANS LA REPRÉSENTATION DES RÉUNIONNAIS

réunion ● 1

## UN PROBLÈME DE DÉFINITION

En préambule, il est important pour nous de clarifier et redéfinir ce que nous entendons par le mot « fiction ». Si le concours du groupe France Télévisions à la fiction se concentre sur la production de téléfilms (unitaires) et de séries, notre postulat est que le terme fiction repose sur un ensemble beaucoup plus large. Quand nous évoquons la fiction, nous l'envisageons comme l'oeuvre audiovisuelle dans sa dimension de création cinématographique, de court et de long métrage mais aussi d'oeuvres d'animation. Cette précision est fondamentale pour notre analyse.

Bien sûr, nous pouvons approuver le travail du groupe France Télévisions dans son soutien à la production, de documentaires, de téléfilms ou de séries à travers les Outre-mer. Cependant, il est prépondérant pour nous de souligner que ce soutien ne profite pas réellement à la création locale de fictions. Si le Pacte de visibilité mis en place était une première réponse à la fermeture de France Ô, de nouvelles problématiques émergent pour nous ultramarins.

## NOTRE PROBLÉMATIQUE

En juillet 2019, un Rapport des Députés de la Délégation Outre-Mer de l'Assemblée nationale évoquait les ressources de « La Filière audiovisuelle : source d'opportunités et de visibilité pour les Outre-Mer », quand un « Pacte pour la visibilité des Outre-Mer de France Télévisions » était adopté par le Service public.

Or, à 10 000 km, à La Réunion, les jeunes talents de la création audiovisuelle peinaient encore à faire entendre leurs voix, à intégrer les réseaux du Cinéma français et à bénéficier de reconnaissance. Mal connue des Français en général et des décideurs du Cinéma en particulier, La Réunion jouit pourtant d'une volonté politique forte d'investissement dans le Cinéma, renouvelant ses conventions avec le CNC et l'État.

Avec un fonds de soutien audiovisuel qui s'élevait, cette année-là, en 3e position des fonds régionaux, notre île produisait 29 films courts avec une aide moyenne par film généreuse.



Ce soutien permettait ainsi d'une part aux oeuvres de gagner en qualité et, d'autre part, aux acteurs de l'Audiovisuel de se structurer et de se professionnaliser. Si certains d'entre eux ont été diffusés par Réunion La 1ère, France Ô et même France 2, ce n'est pas le cas de la plupart de ces court-métrages restés inconnus du grand public.

En 2019, les acteurs professionnels de la création étaient entendus au CCEE La Réunion, lors des « Ateliers Culture / Audiovisuel & Cinéma » et à l'occasion de la Table ronde « Quelles images des insulaires dans la création cinématographique audiovisuelle de nos territoires ? » organisée pour le Colloque Inter-CCEE. Ils évoquaient leurs craintes face à la disparition de France Ô, le manque de visibilité pour leurs imaginaires, leurs langues et leurs représentations. Et pourtant, leurs approches du monde pouvaient constituer une plus-value et contribuer à la diversification du paysage audiovisuel français.

Nous le savons bien, le Cinéma et la télévision sont créateurs de représentations pour la société. Ils ont le pouvoir de favoriser une société plus inclusive. Ils devraient donc être à la hauteur de cette responsabilité. « Sac la mort » long métrage de Emmanuel Parraud, « Tangente » court métrage de Julie Jouve et Rida Belghiat, « Blaké » court métrage de Vincent Fontano (Grand Prix du Court Métrage France Télévisions 2020), sont quelques exemples d'oeuvres audiovisuelles locales primées au national. Ils témoignent que la création locale concilie parfaitement la représentation des réalités d'un espace et les attentes des professionnels de l'Hexagone.

« Le Baromètre de la diversité » du CSA alertait déjà sur ces questions de représentations et de l'usage trop fréquent de stéréotypes et de caricatures quand étaient évoquées les minorités, à l'image ou dans les scénarii. Aujourd'hui, avec la fermeture de France Ô, les derniers chiffres évoquent la chute de 10% à 0,08% des ultramarins représentés sur nos écrans nationaux, malgré le Pacte de Visibilité en vigueur.

## L'ACCÈS AUX MOYENS

De nombreuses productions nationales venant tourner à La Réunion sont financées depuis l'Hexagone. Les acteurs de la filière locale se retrouvent souvent sollicités en tant que techniciens ou production exécutive. Leur rôle se cantonne le plus souvent à des missions de mise en œuvre sur place.

Les appels à projet émanant de l'Antenne nationale de France Télévisions concernant spécifiquement la création sur les territoires ultramarins demeurent aussi en circuits fermés.

L'appel à projets - Pôle Outre-mer « Scripted Reality » n'a pas fait l'objet d'une grande diffusion localement. Les créateurs locaux ont été surpris d'être mobilisés par le producteur national lauréat pour le tournage « L'Amour à l'épreuve ».

Se pose alors la question de l'identification des ressources sur le terrain. Sur quel réseau peut s'appuyer l'Antenne nationale afin de relayer ses appels à projets si ce n'est les antennes locales comme Réunion La 1ère ?

## LA DEMANDE EST CLAIRE

À La Réunion, les auteurs, producteurs, créateurs veulent raconter leurs propres histoires pour sortir des clichés. Les différents téléfilms et séries financés par France Télévisions venant tourner à La Réunion sont une opportunité pour la filière tant au niveau des expériences que des retombées économiques dans le tissu local (acteurs, techniciens, productions exécutives...). Le tournage de OPJ Pacifique Sud à La Réunion, série diffusée sur Réunion La 1ère et France 3, illustre ce propos : 68 techniciens locaux (chef de postes et assistantat pour la mise en scène, l'image, le son, la régie et la décoration), 1 rôle principal, 91 rôles secondaires et 500 figurants locaux. La montée en expérience est indéniable. Cependant, les récits véhiculés par la série, portés par une production nationale et écrits par des auteurs nationaux, ne reflètent pas la réalité locale.

Or qui mieux que les ultramarins eux-mêmes pour raconter leurs histoires loin des stéréotypes?

Pourtant la notion d' « auteurs ultramarins » n'est pas évoquée à l'origine dans le « Pacte de visibilité » contrairement aux « financements », « producteurs » ou « sujets » ultramarins. S'il mentionne « un renforcement à la production documentaire », la notion de fiction, qui permet d'aborder une diversité de réalités socioculturelles de manière créative, de broser des héros sur lesquels se projeter, est également absente du Pacte.

Réunion La 1ère constitue le premier diffuseur possible des oeuvres réalisées sur le territoire et un co-producteur potentiel précieux. La chaîne diffuse aujourd'hui de nombreux documentaires et pré-achète quelques courts métrages sans régularité. Elle pourrait être ce premier relais des oeuvres de courts et long métrages locaux, un collaborateur professionnalisant pour les acteurs du terrain, un découvreur de talents pour l'Antenne nationale.



Vincent FONTANO lors de la remise du Grand prix du court-métrage de France Télévisions au festival international à Clermont-Ferrand.

Il est entouré des associations qui l'ont soutenu : CinéKour et Ami.e.s du Comédie Club

Source mag-oi-film.com



3 Courts-métrages de La Réunion, soutenus par le dispositif Talents La Kour (Talents en Court du CNC) et des pré-achats de France Télévisions : "Blaké" de Vincent Fontano, Lauréat Talents La Kour / Pré-achat France 2, "Reine Kayanm" de Nicolas Sery, Lauréat Talents La Kour / Pré-achat Réunion La Première, "La Course de Phaéon" de Aurélie Filain, Lauréate Talents La Kour / Pré-achat France 3

## UN PACTE QUI N'EST PAS À LA HAUTEUR DES ENJEUX

À la lecture du Pacte signé en 2019, plusieurs points nous ont interpellés. Tout d'abord, le groupe France Télévisions doit préserver un budget de 10 millions d'euros pour le cofinancement de programmes entre les 1ère et les antennes nationales et numériques. Il doit ensuite doubler le budget alloué à la production documentaire. Il n'est à aucun moment fait mention du soutien à la création de courts et de longs métrages et donc des auteurs locaux.

De plus, en regardant de plus près, la définition d'un « programme ou un sujet ultramarin » dans le Pacte, nous nous rendons compte de l'absence de mentions pour les auteurs locaux. Concrètement, tant que le sujet est co financé par une antenne du Pôle Outre-mer, réalisé dans un territoire, en parlant d'un sujet de ce territoire avec une co-production ultramarine, le programme est considéré comme ultramarin. Dans cette définition, il n'y a pas d'obligation d'écriture par des auteurs locaux. Ces derniers auraient peut-être une approche des réalités différente de celle des auteurs nationaux.

Dans le comité de suivi du Pacte de visibilité, nous apprenons la création de nouveaux partenariats d'émergence des talents avec le Conservatoire Européen d'Ecriture Audiovisuelle (CEEA). Le but étant d'accompagner et de former quatre scénaristes par an. L'intention est très intéressante, mais pourquoi ne pas sélectionner au moins un auteur par territoire d'Outre-mer pour intégrer ce dispositif ? Autre interrogation : l'appel à candidatures sera-t-il relayé via les antennes Outre-mer ou restera-t-il cantonné au national et au Pôle Outre-mer du groupe ?

Dans de nombreux territoires ultramarins, des structures locales sont financées par le ministère de la Culture et l'Etat via ses représentants locaux (Préfecture et DAC) pour repérer des nouveaux talents dans le court métrage. Talent la Kour par exemple, faire ressortir plus de 10 lauréats tous les 2 ans juste à La Réunion. C'est ainsi que nous nous demandons pourquoi le Pacte ne s'appuie pas sur les acteurs locaux dans tous les territoires ultramarins pour détecter et faire découvrir les talents.



## EN RÉSUMÉ

En 2020, des mesures incitant les chaînes locales à investir dans le soutien à la création par du pré-achat avaient été mises en place par la Région Réunion, provoquant de premiers résultats positifs et des réflexions sur la création de « cases de diffusion » dédiées aux courts métrages locaux.

La question des moyens se pose encore en 2021 pour Réunion La 1ère alors que le Pacte de Visibilité censé sanctuariser les ressources des Outre-mer La 1ère et renforcer la visibilité des contenus ultramarins au National, ne prend pas en compte les capacités créatives réelles de ces territoires.

Les Outre-mer 1ères dont Réunion La 1ère devraient incarner des soutiens à la création et accompagner l'émergence des jeunes talents via des pré-achats de formats courts (fiction de court métrage, séries, VR, etc) et être en plus étroite coordination avec les programmes nationaux du court-métrage tels que « Histoires Courtes » sur France 2 ou « Libre Court » sur France 3 et dont les équipes siègent parmi les décideurs dans les comités (bourses, sélections, prix nationaux du Cinéma) ou les plus grands festivals du secteur.

Le Pacte de visibilité devrait aussi avoir une meilleure cartographie de tous les acteurs locaux ultramarins financés par l'Etat, qui accompagnent l'émergence de la jeune création, (dispositifs, associations...) pour en faire des relais de repérage des scénaristes et réalisateurs locaux.

# Chapitre 8

---

## IMPACT DU STREAMING ET DE L'ARRIVÉE DES NOUVELLES PLATEFORMES dans le paysage audiovisuel français et en Outre-mer

## Préambule

L'arrivée du haut débit en réseau câblé (fibre) et non câblé (téléphonie 3e et 4e Génération) a facilité l'accès à de nouvelles plateformes de diffusion en révolutionnant notre façon de consommer. Les dernières études au niveau de notre île confirment cette tendance. La Réunion est un des départements les plus connectés de France. La couverture du territoire en Très Haut Débit (THD) est proche des 90%. La couverture en 4G est de 95%. De plus, le taux d'équipement et de connexion chez les Réunionnais est considérable. Nous sommes 84% à nous connecter à internet, 70% à utiliser une tablette ou un ordinateur et 63% un smartphone (chiffres issues du rapport Le Pacte Numérique Contrat de filière numérique 2020-2023 de La Réunion). Ces bouleversements technologiques rapides ont entraîné une mutation forte de la consommation audiovisuelle des médias dits traditionnels.



« Regardez tout ce que vous voulez, quand vous voulez, où que vous soyez. »

Page d'accueil de Netflix France

Ces slogans commerciaux sont les signatures de la plateforme de streaming Netflix. Elles traduisent clairement la mutation qui s'est opérée depuis 2010. L'époque où la télévision était un lieu commun à tous de visionnage dans un même temps d'un programme d'une chaîne de télévision semble lointaine. Mais avant de rentrer dans le cœur du sujet, un rappel des définitions s'impose pour bien appréhender la situation.

Le streaming « est la technique de diffusion et de lecture en ligne et en continu de données multimédias, qui évite le téléchargement des données et permet la diffusion en direct ou en ligne différé » selon Le Robert. La société Netflix est la plateforme de streaming leader dans le monde.

Le replay est « un anglicisme désignant une technologie grâce à laquelle il est possible de repasser un programme télévisuel après qu'il a été diffusé en direct. Il permet donc aux téléspectateurs de regarder une émission, un film, ou une série en différé » selon Linternaute.com. Il est aussi appelé télévision du rattrapage. Wikipédia complète cette définition en rajoutant le fait que le visionnage d'une émission après sa première diffusion se limite dans le temps. Après, le programme est inaccessible ou supprimé. En France, les chaînes comme TF1 ou M6 propose des applications de replay respectivement MyTF1 et 6play.

Dans sa publication « Nouvelles plateformes entre télévision et cinéma : quelle mutation en cours ? Quels impacts sur les contenus ? », Valéry Michaux, professeure de stratégie, de prospective et d'intelligence économique au Neoma Business School, évoque les différents modèles de plateformes. La SVOD (Subscription Video On Demand) est l'accès à un catalogue de vidéos à la demande sur abonnement. Netflix est un modèle pur de SVOD. La TVOD (Transactionnel Video On Demand) est l'accès d'un contenu à la carte achetable à un moment et dans une durée limitée. Les fournisseurs d'accès comme Orange TV ou SFR proposent un contenu achetable pour une durée limitée.

Pour finir, l'AVOD (Advertising-based Video On Demand) renvoie aux plateformes via internet d'accès à du contenu gratuit grâce à de la publicité. YouTube et Dailymotion sont des exemples de ce modèle. Aux États-Unis, un quatrième modèle apparaît. Valéry Michaux parle de « méta-plateforme hybride » avec l'exemple d'Hulu. Créée en 2010, cette plateforme est commune à Disney, NBCUniversal et Warner. Elle est accessible en SVOD, TVOD et AVOD. Elle propose concrètement un accès à une cinquantaine de chaînes nationales américaines gratuites ou payantes. Ce quatrième modèle hybride propose aussi du contenu exclusif de haute qualité.

## Classement des services de VàDA selon la pénétration par pays

						
1						
2						
3						

Source : Ampere Analysis - Consumer (sondage auprès de 2 000 à 4 000 personnes par pays, T3 2020)

Avec la multiplication des terminaux de connexion (smartphone, tablette, ordinateur) et le développement d'un très haut débit, la promesse de ces nouvelles plateformes de liberté de regarder ce qu'on veut, quand on veut et où on veut est assurée.

« Plus que des géants, certains les appellent des ogres, en tout cas vraiment des prédateurs ». Ce sont les qualificatifs utilisés par Gilles Pélisson PDG de TF1 lors d'une table ronde au Festival Médias en Seine pour parler des plateformes de vidéo à la demande. Les chiffres suivants éclairent concrètement les propos du PDG de TF1. Selon le cabinet Strategy Analytics le marché du streaming devrait atteindre 123 milliards de dollars.

En mai de cette année, Netflix capitaliserait près de 208 millions d'abonnés (source 20minutes.fr), Amazon Prime 200 millions d'abonnés ont accès au Prime Vidéo (source igen.fr), et Disney + 105,6 millions d'abonnés (source 20minutes.fr). Ces chiffres cachent aussi plusieurs réalités. Toutes ces plateformes proposent des dispositifs de partage d'écran. Netflix et Disney + proposent 4 écrans partagés en simultané, Amazon Prime Vidéo en propose 3. Ces fonctionnalités donnent une ampleur plus forte aux plateformes de SVOD. Elles traitent par conséquent un public plus large que les cinémas et les télévisions traditionnelles.

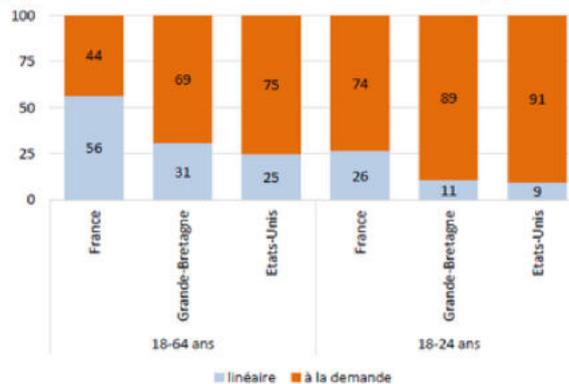
## DES IMPACTS PAS QUE TECHNOLOGIQUES !

Toutes ces mutations en 10 ans ont bouleversé totalement la consommation audiovisuelle et la pratique de visionnage. Il aurait été intéressant d'analyser dans un premier temps les changements de modèles économiques en ce qui concerne les terminaux (de la télé payante, câble, bouquet internet, replay, plateforme SVOD) que les acteurs (télévision, fournisseur d'internet, géant de l'internet, groupes de médias et de cinéma, retombées publicitaires) et la filière (producteurs, créateurs, auteurs). Mais le rapport portant sur l'audiovisuel à La Réunion et précisément sur la chaîne du service public, nous concentrerons notre analyse sur d'autres enjeux sociotechnique et socioculturelle pour reprendre les propos de Catherine Dessinges et Lucien Perticoz de l'Université de Lyon 3.

Le premier impact fort porte sur la pratique de visionnage. La télévision a pendant longtemps été dans un foyer un lieu central intergénérationnel et culturel d'une pratique rythmée par une programmation. Elle était le seul terminal réglant aussi l'espace et la temporalité de visionnage. Or, l'arrivée d'équipement différencié (smartphone, tablette, ordinateur) a offert la possibilité d'une « consommation désynchronisée » (Catherine Dessinges et Lucien Perticoz). Le téléspectateur a pu peu à peu librement regarder en ligne, en mobilité, sur d'autres écrans voire hors ligne le contenu de son choix. Aujourd'hui, les contenus ne sont plus cantonnés dans une grille de programmation et sur un terminal de diffusion. La télévision n'est plus ce seul terminal à capter l'attention du téléspectateur.

- Aux Etats-Unis, la consommation à la demande représente déjà 75 % de la consommation vidéo totale des 18-64 ans et 91 % de celle des 18-24 ans.

Répartition de la consommation vidéo (TV, VàD, autres vidéos sur internet) par pays selon le mode de consommation au 3<sup>e</sup> trim. 2020 (%)



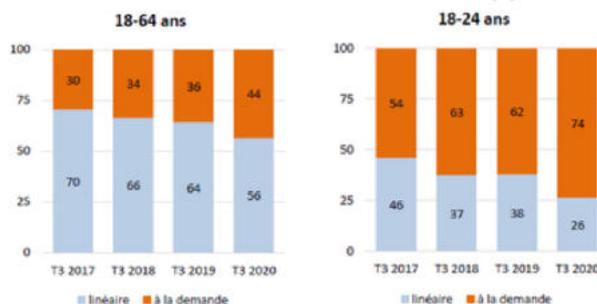
Source : Ampere Analysis – Consumer (sondage auprès de 2 000 à 4 000 personnes par pays, T3 2020).

D'une télévision linéaire, du live, traditionnelle, encadrée dans une grille, nous sommes passés à une télévision du rattrapage avec les possibilités de replay pour être sur des plateformes du « Any Time, Anywhere, Any device » (Xavier Dalloz, consultant marketing). Ces mutations ont obligé les télévisions à garder le lien avec ses téléspectateurs en proposant des services de replay. Il y a donc eu une nouvelle approche à mettre en place par les télévisions. Déterminer le contenu à mettre en replay, le délai de conservation, la promotion autour impactent le process de travail. Nous ne sommes plus dans un simple choix éditorial proposé par le directeur d'antenne ou de programmation. C'est une modification en profondeur de l'organisation de la télévision traditionnelle.

Une autre forme de consommation émergente est ce qu'on appelle le « binge watching » (ou consommation compulsive de série). On peut la considérer comme une forme de boulimie qui est causée par les fonctionnalités nouvelles des plateformes. (Possibilité d'enchaîner des épisodes et disponibilité de l'intégralité d'une saison d'une série). Si dans le passé, notre consommation d'une série était régulée par la grille de programmation dans le temps, les plateformes, en cassant ce schéma, ont fait apparaître ce nouveau phénomène. En effet, Netflix à la fin d'un épisode d'une série vous incite à regarder le suivant. C'est tout cet ensemble de fonctionnalités, facile et interactif, qui ont eu pour impact de détourner une partie des téléspectateurs en particulier les jeunes.

- Au 3<sup>e</sup> trimestre 2020, la consommation à la demande représente en France 44 % de la consommation vidéo totale des 18-64 ans et 74 % de celle des 18-24 ans.
- Elle est en progression constante au cours des 4 dernières années.

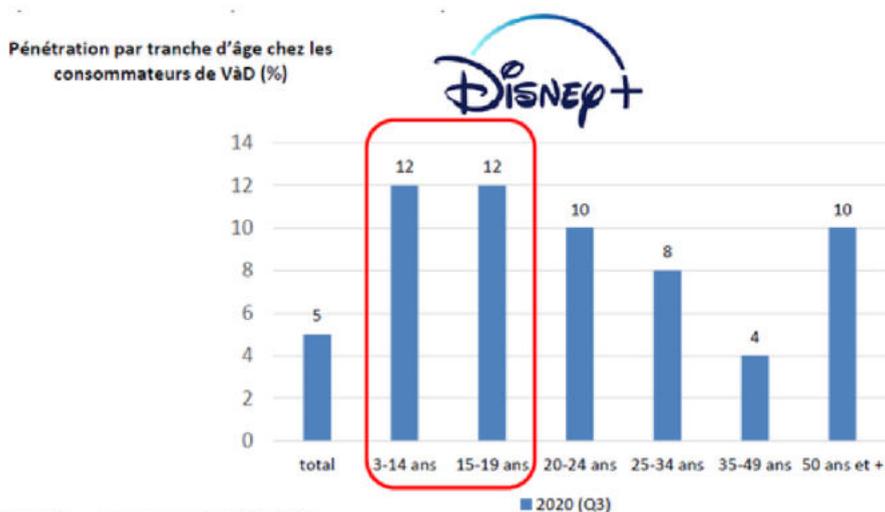
Répartition de la consommation vidéo (TV, VaD, autres vidéos sur internet y compris les plateformes gratuites de vidéos) en France selon le mode de consommation (%)



Source : Ampere Analysis – Consumer (sondage auprès de 2 000 personnes chaque trimestre).

L'Observatoire de la vidéo à la demande en France réalisée par le CNC de décembre 2020 confirme cette tendance. L'âge moyen du public de la vidéo à la demande par abonnement est de 33 ans. De manière précise, la consommation de la vidéo à la demande est de 74% chez les jeunes de 18-24 ans alors qu'elle est en moyenne de 44% chez les 18-64.

Si nous nous intéressons aux leaders de la VOD : Netflix, Prime Vidéo et Disney +, nous pouvons souligner que plus d'un tiers des 15/24 ans regardent Netflix. Ils sont respectivement 18% et 17% chez les 15-19 ans et les 25-34 ans chez Prime Vidéo. Disney + connaît un taux de pénétration plus fort chez les moins de 19 ans.



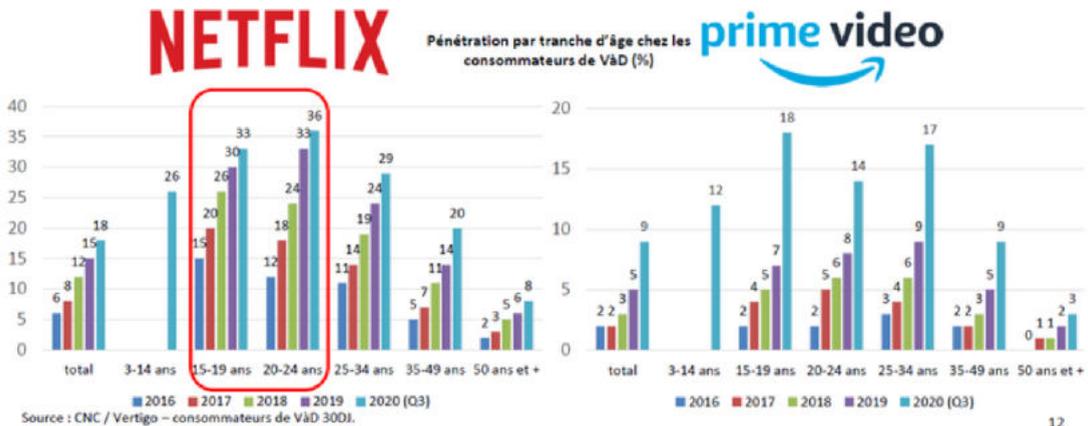
Source : CNC / Vertigo – consommateurs de VàD 30DJ.

Cette tendance en France se retrouve aussi dans les Outre-mer et à La Réunion. Guy Detrousselle de Médiamétrie confirme que les jeunes à La Réunion se détournent globalement des médias traditionnels pour les plateformes. Mais les plateformes viennent plutôt en complément qu'en substitution de la télévision linéaire. Le rapport d'information sur la production audiovisuelle dans les Outre-mer corrobore cette tendance. L'audition de Stéphane le Bars délégué général de l'Union syndicale de la production audiovisuelle (USPA), confirme que les jeunes ultramarins, par manque de représentations dans les séries françaises, se retournent vers les plateformes Netflix ou YouTube et sur du contenu américain. On apprend aussi que la Martinique et la Guadeloupe sont les plus gros consommateurs mondiaux de la plateforme Netflix.

L'autre impact des plateformes sur les télévisions dites traditionnelles est la liberté de création offerte aux individus. Le slogan de YouTube n'est-il pas : «Broadcast Yourself»? Colas Courjal en charge des contenus France chez Dailymotion résume à «Tout le monde peut créer et tout le monde peut voir». Ces créateurs ne sont plus soumis à des choix éditoriaux propres à un média. Ils portent souvent des sujets ou se spécialisent sur des thématiques, concurrençant les télévisions dites généralistes sur le contenu. Dans sa contribution dans les "Enjeux Numériques", Colas Coujal parle de la vulgarisation scientifique qui a disparu des télévisions pour se retrouver de manière exponentielle sur les plateformes. Si nous restons sur YouTube, vous pourrez trouver facilement une chaîne sur l'histoire comme Nota Bene ou une chaîne spécialisée sur la science comme Dr Nozman.

Même si certaines plateformes n'offrent pas de vérification scientifique du contenu diffusé, certaines chaînes donnent accès à un niveau de connaissance que les médias traditionnels ne peuvent pas fournir. Pour finir, c'est aussi un phénomène inverse qu'on peut observer : l'adaptation au format digital de l'information. Nous pouvons prendre l'exemple de « Brut ». Ce média d'information a été lancé par des anciens de Canal +. Sa particularité est d'être « 100% vidéo, 100% digital ». Il n'a été lancé que sur les réseaux sociaux Facebook et Twitter avec un style adapté au digital. Un format de vidéo courte, avec du montage extrêmement rythmé d'images d'archives et diverses, des sous-titres, une musique de fond. Cette nouvelle forme de journalisme constitue une nouvelle force d'attraction de l'attention chez le public.

Le dernier impact que nous estimons important de souligner est la force de production des plateformes. Dans cette « Titanomachie » des plateformes, l'escalade et la course à l'armement se situent au niveau de la production et de la recherche des talents. Auparavant, simples distributeurs, les plateformes de SVOD se muent actuellement en producteurs. Plusieurs raisons expliquent ce phénomène. Pour concurrencer Netflix, de nombreux acteurs ont décidé de lancer leurs propres plateformes. De fait, ils ont rapatrié l'ensemble de leur contenu. Disney a décidé en 2018 de retirer toutes les œuvres Disney et Marvel de Netflix. Avec la multitude d'offres de SVOD, tous les acteurs ont compris que le temps d'attention du public est arrivé à saturation.



L'avantage concurrentiel et l'image de marque se recentrent maintenant sur le contenu original. (analyse de Valéry Michaux confirmée par l'étude de Catherine Dessinges sur le besoin du public de recherche de nouveaux contenus). Les investissements dans la production de séries sont colossaux : en 2021, Netflix va investir 19 milliards dans ses productions alors qu'il investissait de 4,9 milliards en 2015. (source 20minutes.fr). Ce sont les créateurs, les acteurs, et les auteurs qui profitent de ce nouvel élan financier. Dans un de ses articles, l'AFP souligne la division qu'installe Netflix en France entre les médias classiques, d'un côté et les producteurs, de l'autre. Pour les producteurs, les plateformes permettent d'apporter des financements que les chaînes classiques n'auraient jamais pu mobiliser. La conséquence est que l'exigence ou l'idée de départ ne se retrouvent plus biaisées par des considérations administratives et financières.

## COMMENT LES GROUPES DE MÉDIAS EN FRANCE RIPOSTENT ?

Afin de s'adapter aux évolutions du marché et pour essayer de donner une image plus jeune à leurs entreprises, les groupes de médias en France proposent des solutions combinant streaming, replay, et télévisions linéaires.

Salto est le résultat inédit de la collaboration entre France Télévision, TF1 et M6. Cette nouvelle plateforme propose de la télévision en linéaire et en replay, des avant-premières, des exclusivités avec comme valeur ajoutée forte : la mise en valeur du contenu français. Comme expliqué précédemment, pour capter maintenant l'attention du téléspectateur, le combat se déplace sur la création, le cinéma d'auteur et la singularité du contenu. Au-delà de l'outil technique, Salto est le symbole d'une prise de conscience des acteurs traditionnels de l'audiovisuel en France d'une obligation de collaboration et de mutualisation. Canal + a aussi lancé sa propre plateforme : My Canal. Ce sont près de 50 000 contenus en termes de série, documentaire, films, sport. La filiale du groupe Vivendi propose ainsi une « meta plateforme » en donnant l'accès à d'autres plateformes comme Netflix, Disney + ou Amazon. Elle propose aussi plus de 200 chaîne de télévisions en live. Pour finir, elle offre une expérience client différente avec la possibilité d'avoir des statistiques sur des sportifs pour les contenus sports.

Dans le même registre, d'autres acteurs émergent comme la plateforme Française Molotov. Lancée en 2016, elle propose un accès direct à des chaînes. Sa spécificité réside dans ses fonctionnalités. Elle offre un accès à son public via les émissions et les thèmes et non par les chaînes. Cette mise en forme rentre en pleine adéquation avec cette fameuse « liberté de regarder ce qu'on veut, où on veut » cherché par le public jeune.

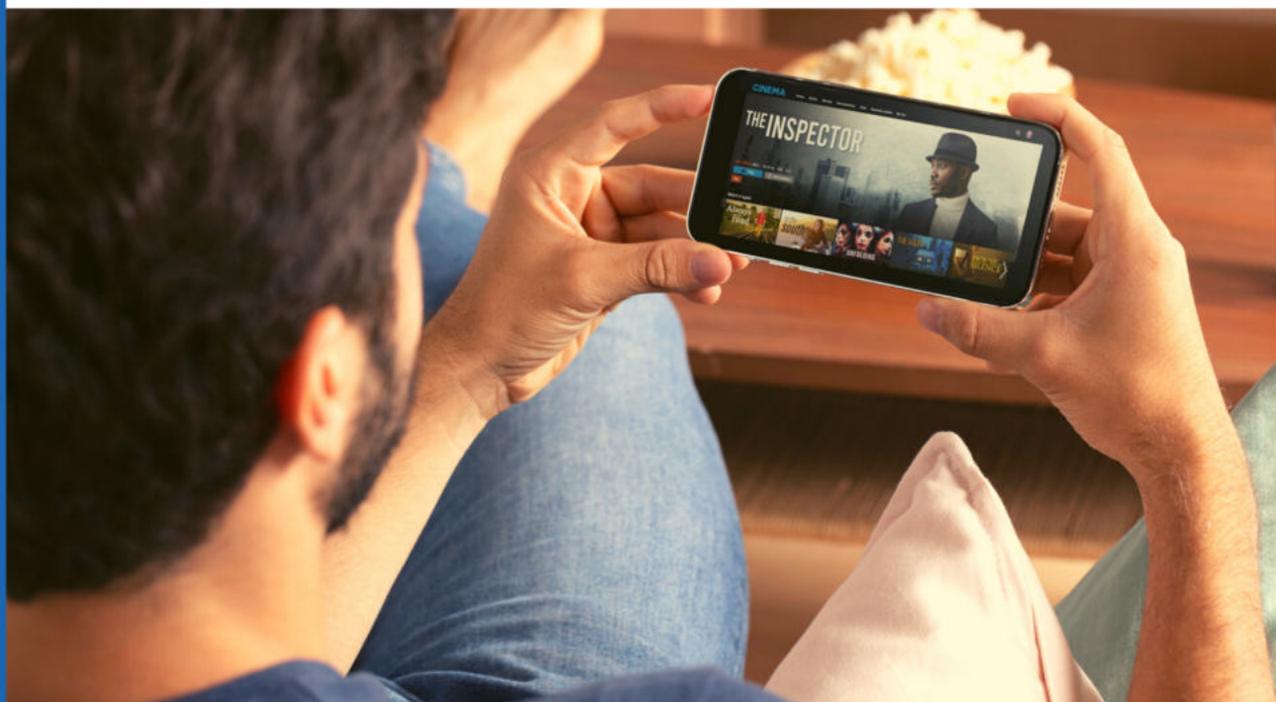
Une autre solution est la co-production d'œuvres entre les acteurs français et les géants américains. Canal+ a été le premier non-américain à avoir collaboré avec Apple pour la série Calls. TF1 s'est associé à Netflix pour la co-production de la série « Le Bazar de la charité » à la grande satisfaction du producteur Iris Bucher. Cette co-production lui a permis d'avoir plus de moyens financiers ainsi qu'un élargissement à l'international du visionnage du produit. En effet, après une sortie le 18 novembre 2019 sur TF1 en France, la série est sortie mondialement le 26 décembre sur Netflix. Quant à France Télévisions, elle a signé un accord avec les professionnels du cinéma français et étranger pour proposer une offre de replay dédiée aux œuvres cinématographiques.

\*Gora PATEL a quitté ses fonctions le 1er septembre 2021

Le but est de proposer une nouvelle expérience de visionnage pour capter l'attention du public. Ce replay se retrouve ainsi sur les supports Salto et les distributeurs qui ont un contrat avec Francetv.

Mais face à ces géants, les collaborations aboutissent souvent à des fusions et des concentrations. La fusion entre TF1 et M6 annoncée cette année entraîne de nombreux doutes sur le futur de Salto et de la collaboration avec le groupe France Télévision.

Les producteurs français redoutent aussi une fermeture des chaînes des deux groupes qui leur permettait avant de placer des œuvres. Au niveau local, le rapprochement Cirano et Antenne Réunion interpelle sur l'impact des plateformes de SVOD sur le paysage audiovisuel de La Réunion. Au-delà d'une consolidation financière, les fusions de ce type peuvent-elles à terme lutter face à l'omnipotence de ces nouveaux médias de masse ? La question mérite d'être posée !





## EN RÉSUMÉ

Les capacités technologiques d'aujourd'hui impactent de manière considérable le paysage audiovisuel. De nouveaux types de consommation émergent donnant une certaine sensation de liberté aux téléspectateurs. Le développement des plateformes a aussi fragilisé les groupes de médias traditionnels. Ces géants arrivent à aspirer des centaines de millions de téléspectateurs. Mais dans cette guerre à l'attention, la recherche d'une expérience de visionnage et d'un contenu original deviennent l'avantage concurrentiel ou la niche à exploiter. Ces bouleversements divisent. Vu d'un bon œil du côté des producteurs indépendants, ils sont mal vécus par les sociétés en France et au niveau local.

# Chapitre 9

---

## LES PRÉCONISATIONS

du

Conseil de la culture,  
de l'éducation et de  
l'environnement



## Préambule

Au préalable, dans l'introduction de ce rapport, nous avons souhaité ne pas nous limiter à notre rôle de contrôle du respect du cahier des charges de Réunion la 1ère pour poser une problématique plus large en raison des mutations fortes du secteur au niveau mondial. Pour rappel, la problématique était : "Comment la chaîne du service public pouvait, en respectant son cahier des charges, se (re) positionner face à l'émergence de tous ces nouveaux acteurs ?"

Nous n'avons pas la prétention de fournir la formule magique. Nous soumettons une série de 5 préconisations issues des réflexions, des entretiens, des analyses de la Commission Médias et Communication du CCEE.

## UNE DIFFUSION DES ŒUVRES DE CRÉATION AUDIOVISUELLES PLUS FORTE

La signature d'une convention entre le Centre national du cinéma (CNC), la Région et l'Etat a permis l'émergence d'un cinéma réunionnais. Ce cinéma fort de sa singularité attire l'attention au-delà de notre département. « Tangente » et « Blaké » sont des œuvres lauréats de différents Prix Nationaux (Prix Océan France Ô et Grand Prix du Court métrage France Télévisions). C'est tout un ensemble d'acteurs, talents, auteurs, producteurs, techniciens qui se distinguent aujourd'hui.

Nous proposons donc la mise en place de cases de diffusions de créations audiovisuelles locales plus régulières sur Réunion la 1ère. La mise en place de préachat de ces œuvres permet aussi d'activer les leviers de financement avec le CNC. Pour compléter cette proposition, nous préconisons aussi de rationaliser le prix d'achat à la minute afin de permettre aux producteurs de mieux anticiper le montage financier de leurs œuvres.

## AVOIR UNE MEILLEURE DOTATION DU GROUPE FRANCE TÉLÉVISIONS POUR RÉUNION LA 1ÈRE SUR LA PARTIE PRODUCTION ET CRÉATION D'ŒUVRES AUDIOVISUELLES DE FICTION

Comme vu précédemment, la recherche de contenu original devient le nouvel avantage concurrentiel face aux autres acteurs. Pour que Réunion la 1ère puisse avoir les moyens de soutenir la filière audiovisuelle locale, elle doit être dotée de moyens financiers plus forts. Suite à la disparition de France Ô, le réseau des Outre-mer la 1ère, pourrait, s'il disposait de plus de moyens alloués à la création de court-métrage, être un formidable moyen de soutien à la création audiovisuelle ultramarine et à l'émergence de toute une nouvelle génération d'auteurs de cinéma, portant sur les écrans leurs récits, créoles et universels et les valeurs d'une France forte de sa diversité.

Nous préconisons une meilleure dotation du groupe France Télévisions en direction de la chaîne locale. Cette dotation pourrait faire suite au « décret SMAD » dont les nouvelles dispositions pour des plateformes sont entrées en vigueur depuis le 1er juillet 2021.

## PORTER LE CROSS MÉDIA DE MANIÈRE PLUS ÉLARGIE SUR D'AUTRES CONTENUS

Le cross média (diffusion en simultané, radio, Facebook, télévision) est exploité pour la matinale du 6-8h. Au regard des analyses sur les changements de consommation cités dans le rapport plus haut, nous avons la conviction que ce format est le plus adapté pour répondre aux besoins des téléspectateurs.

Nous proposons à Réunion la 1ère d'étendre ce cross média à d'autres plages horaires de la journée et de manière forte et interactive.

## PROPOSER UNE COMMUNICATION INSTITUTIONNELLE 360° SUR D'AUTRES SUJETS

Nous recommandons de réitérer ce dispositif pour d'autres contenus. Nous avons pensé à le faire lors de la diffusion d'une création audiovisuelle locale par exemple. Cette communication 360° permettrait de faire découvrir l'envers du décor, les acteurs, les techniciens, l'idée de départ...

Réunion la 1ère est le premier média social de l'île. Avec plus de 352 000 fans sur Facebook, 77 000 followers sur Twitter et 61 millions de vues sur leur Facebook vidéo, la chaîne dispose d'une palette d'outils à forte exposition. Nous pouvons aussi compléter cette liste avec le site internet et d'autres réseaux sociaux comme Instagram. À l'occasion de la promotion de l'Histoire de la Réunion avec la série « Nwar », la chaîne avait mis un dispositif fort de communication 360° : making off, reportage dans le journal télévisé, article sur le site internet, diffusion simultanée en direct Facebook et télé, émissions radios.

## TRAVAILLER SUR UNE NOUVELLE APPROCHE DE L'INFORMATION

Nous avons noté que certains reportages d'information avaient changé de configuration en termes de durée notamment, la chaîne ayant choisi pour certains sujets d'aller plus au fond. Les émissions d'Hermina Lasson « Kosa lafé » et la formule « Décryptage » de Jean-Marc Collienne en sont pour nous de très bons exemples.

Nous prôtons la mise en place d'une information plus incisive sur des sujets sociétaux. Nous conseillons de continuer à développer les longs formats pour une information plus explicative. Nous suggérons aussi une actualisation des ressources dans le but de faire intervenir d'autres « experts » sur les sujets.

Par ailleurs, les politiques publiques ne doivent pas se faire sans la contribution des Réunionnais qui se sentent trop souvent exclus des grands chantiers de réflexion.

Pourquoi ne pas s'inspirer des commandes publiques telles que celles de la Direction Interministérielle à la lutte contre le racisme, l'antisémitisme, et la haine anti LGBT (DILCRAH) autour de thématiques sociales fortes ? Ainsi les médias et l'audiovisuel pourraient accompagner ces problématiques par du contenu et des reportages de fond permettant aux publics de nourrir leur analyse, d'aiguiser leur esprit critique, de ne plus transmettre d'informations fausses (fakenews) et d'agir grâce à de l'Audiovisuel porteur de sens.



# ANNEXES

# HISTORIQUE

L'analyse du paysage audiovisuel est une des missions fortes du CCEE. Cette mission est spécifique à ces conseils. Elle s'inscrit aussi dans un esprit de veille et de prospective de l'évolution de la société réunionnaise. Concernant le service public de l'audiovisuel, il s'agit également d'être vigilant sur le respect du cahier des charges inscrit dans la loi.

La loi du 8 janvier 1986 donne compétence au Conseil de la culture, de l'éducation et de l'Environnement en matière d'audiovisuel et lui impose, plus précisément, de réaliser un rapport annuel sur l'état de la communication audiovisuelle dans la région.

Mais le CCEE n'a pas attendu le texte réglementaire pour s'emparer de la question de l'audiovisuel. Dès 1984, ce champ avait été exploré par le conseil consultatif et celui-ci n'a, depuis, eu de cesse de faire des propositions en ce domaine.

En 1984, le CCEE marque ainsi son insatisfaction du fait de l'absence du domaine des techniques de communication dans le projet d'orientations budgétaires du Conseil régional pour l'exercice 1985.

Etant un organe de propositions, le CCEE pose alors le problème de la communication à La Réunion, et en particulier, du rôle de RFO. Dans un autre registre, pour mieux assurer sa vocation, la commission demande à être consultée dans le choix des programmes de la station publique, en vertu de l'article 26 de la loi du 2 août 1984.

En 1986, le CCEE débute ses travaux sur l'audiovisuel à La Réunion à travers une enquête et avec la perspective d'un colloque en 1988. De plus, dans son avis sur l'avant projet de loi de programme relatif au redressement économique et social des DOM (1986), le CCEE, s'il est favorable à l'ouverture de La Réunion sur le monde, considère qu'une politique audiovisuelle non concertée risque :

- de faire que les Réunionnais deviennent de simples consommateurs de culture importée ;
- de créer un déséquilibre profond, portant atteinte au respect du pluralisme culturel et philosophique ;
- de détruire, par assimilation à outrance, la culture réunionnaise.

Le CCEE estime donc qu'il y a des garde-fous à trouver et des moyens à accorder en priorité aux actions privilégiant la formation, la production audiovisuelle à La Réunion, tout en tenant compte d'une politique culturelle clairement définie.

En 1987, le CCEE prend officiellement position dans la presse quotidienne régionale et dans un communiqué envoyé à la Commission nationale de la communication et des libertés (CNCL) sur l'installation d'une troisième chaîne de télévision à La Réunion et, suite à l'annonce du gouvernement d'alors le fait de permettre l'installation de neuf chaînes de télévision supplémentaires. Cette même année, le CCEE rencontre le directeur de RFO, une rencontre qui permet au Conseil d'espérer une meilleure collaboration que par le passé avec la chaîne de service public.

En 1988, dans son avis sur le projet de budget primitif du conseil régional pour l'exercice 1989, le CCEE propose au conseil régional de co-produire des émissions culturelles avec RFO Réunion.

En 1989, dans son avis sur le projet de budget primitif du conseil régional pour l'exercice 1990, le CCEE s'interroge sur l'action du conseil régional en matière d'audiovisuel. Ainsi, concernant la cinémathèque de La Réunion, le CCEE s'interroge quant au risque, pour La Réunion, de perdre des trésors inestimables (films mal conservés, dispersion des locaux,...) si un plan de sauvetage n'est pas rapidement mis sur pied. Il interpelle le conseil régional sur son action pour protéger ce patrimoine. Par ailleurs, le CCEE estime qu'une ligne budgétaire spécifique pour l'aide à la création cinématographique locale s'impose.

En 1990, la conférence permanente des CCEE (regroupant les CCEE des quatre régions ultramarines) rappelle aux ministères (communication, culture, Outre-mer,...) les grands principes à respecter concernant l'audiovisuel de l'Outre-mer, à savoir :

**a) La mise en place d'un véritable service public de l'audiovisuel, soumis à un cahier des charges qui assure :**

1. le pluralisme de l'information,
2. le rôle d'éducation et de formation de la télévision et de la radio,
3. la concertation et la mise en valeur du patrimoine naturel, culturel, par la création locale de programmes,
4. une grille de programmes qui garantisse une place suffisante à cette création et aux informations locales,
5. la promotion, à côté du français, du créole et des autres langues régionales,
6. les moyens techniques, financiers et humains d'une télévision et d'une radio de développement.

## b) L'ouverture de l'espace audiovisuel aux télévisions locales privées dans le respect des principes précédemment évoqués.

En 1991, le CCEE engage une réflexion sur le paysage audiovisuel réunionnais. Dans ce cadre, il rencontre le CSA, les responsables des télévisions émettant dans l'île (Antenne Réunion et RFO) et émet un certain nombre de souhaits repris dans la motion du Bureau du CCEE concernant « La Télévision à La Réunion ». Il rencontre également les responsables de la nouvelle Télévision Educative (TVE) et les membres de la mission sénatoriale sur la situation de l'audiovisuel à La Réunion.

En 1992, l'audiovisuel est une des préoccupations essentielles du CCEE, les réflexions et les rencontres sur ce sujet ont lieu durant toute l'année. C'est ainsi que le CCEE rencontre le responsable administratif du Comité technique radiophonique nouvellement installé dans l'île cette année-là et qu'il commence une enquête auprès des radios privées pour mieux comprendre l'évolution du paysage audiovisuel réunionnais.

Dans son avis sur le projet de Budget Primitif du Conseil Régional pour l'exercice 1992, concernant la réalisation d'un centre régional d'archives audiovisuelles, le CCEE ne peut que se féliciter de cette initiative du conseil régional et précise qu'il s'agit là d'une action urgente à entreprendre si on veut conserver et sauvegarder le patrimoine audiovisuel réunionnais.

Dans cette optique, le conseil régional aurait dû très rapidement se mettre en contact avec RFO et par ailleurs se porter acquéreur du Fonds audiovisuel de la cinémathèque, en liquidation. Ce ne fut pas le cas.

Dans ses avis sur les projets de comptes administratifs et de bilans d'activités du conseil régional pour les exercices 1991, 1992, et sur les projets d'orientations budgétaires pour les exercices 1992 et 1993, en ce qui concerne la mémoire audiovisuelle et la coordination de toutes les actions dans ce domaine, le CCEE relance l'idée de la création d'un Centre régional de ressources audiovisuelles. Une structure qui avait pour vocation de devenir un outil indispensable, au service des partenaires culturels réunionnais, en mettant à leur disposition tout un ensemble de structures et de matériels permettant la formation, la documentation, le prêt de matériels, la production, la diffusion et la constitution d'un fonds de toutes les productions locales et régionales.

Le CCEE souhaite également que le conseil régional contribue à la création de programmes culturels et éducatifs propres à La Réunion. Le CCEE remet à l'ordre du jour l'idée de création d'un Centre régional d'archives audiovisuelles.

Dans son avis sur le diagnostic, base du plan de développement de la Région Réunion (juin 1992), dans son avis sur le projet d'orientations budgétaires du conseil régional pour l'exercice 1993, ainsi que dans celui sur le plan de développement actif (juin 1995), le CCEE estime que les médias en général, l'audiovisuel en particulier, doivent être un outil de développement.

Il s'agit pour le Conseil d'affirmer la nécessité de la mise en place d'une nouvelle politique de l'audiovisuel. Le CCEE se demande ainsi :

- si une politique audiovisuelle sagement conçue ne devrait pas viser à faire de toute une population autre chose qu'une masse de consommateurs potentiels à abreuver d'images et de publicité ;
- si la question de la décentralisation en matière d'audiovisuel – y compris en terme d'instance régulatrice – ne serait pas à l'ordre du jour, plutôt que de s'évertuer à agrémenter l'assimilation d'un maquillage plus avenant ;
- si la multiplication des directs Paris-Réunion est une bonne chose en soi ou si elle ne devrait pas être contrebalancée par un effort d'ouverture à la création locale, afin d'éviter que les Réunionnais se trouvent simultanément rapprochés de la Métropole et éloignés d'eux-mêmes.

À son sens, dans cette île de tradition orale, l'audiovisuel peut être un outil essentiel de développement pouvant puissamment contribuer à l'éducation et à la formation des Réunionnais en prenant en compte la culture réunionnaise dans des émissions :

- en langue créole ;
- rendant compte de la vie politique, économique, sociale, artistique et culturelle de l'île et des pays de la région océan Indien ;
- favorisant le développement de la création locale ;
- en direction des jeunes et des adultes avec la collaboration active du rectorat, des associations de parents d'élèves, des associations socio-éducatives, les administrations de l'Etat ;
- concernant l'enseignement du français, de la géographie, de l'histoire, des sciences naturelles, des langues vivantes... ;
- favorisant la formation continue pour un vaste public créolophone et/ou non alphabétisé, la formation professionnelle initiale, ou le perfectionnement en matière d'agriculture, de pêche, d'artisanat et de tourisme ;
- informant sur les droits sociaux, les droits de la femme, l'hygiène, la santé, l'éducation en matière de protection de l'environnement, etc... ;
- permettant la mise en place d'une véritable coopération régionale avec les pays de la zone Océan Indien par des échanges en matière de coopération et de co-production pour une meilleure connaissance de notre environnement immédiat.

Une nouvelle politique audiovisuelle passe également par un élargissement du paysage audiovisuel réunionnais avec :

- la création d'une télévision de l'océan Indien ;
- le développement d'une chaîne du savoir dans notre région océan Indien ;
- la possibilité de capter une chaîne anglophone ;
- une véritable coopération avec les télévisions de l'océan Indien. De même que l'île Maurice peut capter RFO, il est urgent que les Réunionnais disposent de moyens techniques pour capter la Mauritius Broadcasting Corporation (MBC).

Dans son avis sur le projet de budget primitif du conseil régional pour l'exercice 1993, le CCEE se félicite de l'action du conseil régional de La Réunion en vue de conserver et sauvegarder notre patrimoine audiovisuel. Il souhaite que les éléments de ce patrimoine soient mis à la disposition du plus large public possible.

Dans son avis sur les projets de bilans d'activités et de comptes administratifs du conseil régional pour l'exercice 1993 et plus particulièrement dans le domaine de la communication, le CCEE rappelle que les perspectives de l'époque montrent que le secteur est porteur d'emplois (journaliste, techniciens, créateurs, ...). À son sens, la Région Réunion ne peut pas s'en désintéresser.

En 1993, dans la perspective du réaménagement de la bande FM et après appel à candidature lancé par le CSA et la publication des radios admises à concourir, le CCEE - à partir des conclusions de son enquête sur l'état des radios associatives et privées – formule des propositions.

En 1994, dans le cadre de l'appel à candidature n° 93-58 du 2 mars 1993, le CCEE émet un avis sur les propositions d'autorisation d'usage de fréquences formulées par le Comité Technique Radiophonique de La Réunion. De plus, dans le cadre de l'appel à candidature n° 94-370 du 5 juillet 1994 pour l'usage de fréquences télévisuelles, le CCEE est consulté pour donner son avis sur les projets TV4 et Canal Réunion.

Dans son avis sur « Propositions de l'État en Région 1994-1998 et orientations de développement des assemblées régionales et départementales », le CCEE précise qu'en ce qui concerne l'audiovisuel, la préconisation de couverture optimale de l'île est nécessaire mais pas suffisante. Il faut aussi que les Réunionnais se reconnaissent dans le contenu des programmes de radio et de télévision.

Une télévision, une radio doivent bien sûr informer, distraire, mais aussi éduquer, former, tout en respectant l'identité culturelle des auditeurs et des téléspectateurs. Le CCEE souhaite voir se développer, avec le soutien des collectivités territoriales et de l'État, la création télévisée locale proposant :

- un magazine océan Indien mensuel (culture, tourisme, artisanat, etc.... -12/an) ;
- un magazine hebdomadaire sur la vie locale (52/an) : concerts, théâtres, expositions, conférences ;
- un « dossier de l'écran » (film à diffuser + débat local sur des thèmes réunionnais -12/an) ;
- des clips locaux en créole (12/an) ;
- des documentaires (6/an) ;
- une fiction cinématographique ayant pour cadre La Réunion ou à partir d'un roman réunionnais (1 tous les 3 ans).

Dans son avis sur le projet d'orientations budgétaires du conseil régional pour l'exercice 1994, le Conseil regrette que l'audiovisuel soit une fois de plus absent de ce document. Le CCEE rappelle également sa proposition de création d'un Centre de ressources régionales de l'audiovisuel, à l'image de ce qui existe dans la Région Nord-Pas-de-Calais, regroupant :

- filmothèque, vidéothèque, audiothèque ;
- matériel audio et matériel de production vidéo ou de cinéma pour prêt aux associations;
- salles d'enregistrement ;
- centre de formation aux métiers de l'audiovisuel...

Ce centre de ressources pourrait être programmé dans le prochain contrat de Plan Etat -Région et pourrait être géré conjointement par le conseil régional et les associations œuvrant dans l'audiovisuel.

Dans son avis sur le projet de budget primitif du conseil régional pour l'exercice 1995, le CCEE s'étonne du peu de cas fait de l'audiovisuel. Celui-ci ne peut-il être un lieu de la mémoire vivante, un outil de conservation et de valorisation du patrimoine réunionnais ? (parole, histoire, musique...). Ne peut-il être, davantage que par le passé, lieu de création ? Certes, des actions sont définies en partenariat avec des associations, mais le CCEE ne manque pas de suggérer au conseil régional de passer commande de créations audiovisuelles précises.

En 1995, lors de la conférence permanente des CCEE, la délégation de La Réunion rencontre différentes autorités, telles que le ministère de l'Outre-mer, le CSA et RFO. Et s'agissant plus particulièrement de l'audiovisuel, les requêtes formulées sont les suivantes :

- obtenir de RFO Paris, une transmission régulière du rapport annuel d'activité aux conseils régionaux,
- faire en sorte que les émissions de la 5e soient diffusées dans les régions d'Outre-mer,
- créer, au sein de chaque station régionale de RFO, un comité consultatif qui soit, non une instance de contrôle, mais une aide à la décision et à l'évaluation des programmes.

En 1997, le CCEE réalise un rapport sur l'état de la communication audiovisuelle à La Réunion à destination du conseil régional et du CSA, conformément à l'article 26 de la loi du 2 août 1984 modifiée par l'article 17 de la loi du 6 janvier 1986 relative aux compétences des régions de Guadeloupe, de Guyane, de Martinique et de La Réunion.

Ce rapport qui n'a pas la prétention de présenter de manière exhaustive l'état de la communication audiovisuelle à La Réunion permet cependant au CCEE, d'une part de proposer une vision globale du paysage audiovisuel réunionnais avec ses avancées et ses points faibles, et, d'autre part, de formuler à l'attention des radios et des télévisions de l'île des propositions qui concernent :

- la reconnaissance de l'identité culturelle ;
- l'éducation et la formation par l'audiovisuel ;
- la promotion de la citoyenneté ;
- l'ouverture sur la zone océan Indien et sur le Monde.

Le rapport conclut que les médias audiovisuels de l'île doivent être au service des Réunionnais, de leur formation, de leur culture, de leur développement et permettent la reconnaissance et le respect de leur identité.

Dans son avis sur le projet de budget primitif du conseil régional pour l'exercice 1998, le CCEE note une fois de plus l'absence d'une politique cohérente en matière de création audiovisuelle.

Dans son avis sur la LOOM (mars 2000), le CCEE s'étonne, concernant le domaine de l'audiovisuel, du silence du projet de loi sur le développement de l'audiovisuel à La Réunion.

Le CCEE souhaite en conséquence que soient intégrées au projet de loi, les grandes lignes d'une politique audiovisuelle reprenant notamment les éléments inhérents à l'identité culturelle, l'éducation et la formation des adultes, la promotion de la citoyenneté, l'ouverture sur l'océan Indien et sur le Monde.

Il promeut également la mise en place d'une chaîne de télévision de l'océan Indien qui autoriserait non seulement des échanges de programmes entre les pays de la zone (échanges sud/sud), mais aussi des échanges sud/nord avec des productions locales remontant vers le nord, de façon à prendre place dans les programmations nationales et européennes et l'application à La Réunion des textes réglementaires concernant l'activité cinématographique.

En 2000, afin d'enrichir sa réflexion sur l'audiovisuel à La Réunion et dans la poursuite de ses travaux dans ce domaine, le CCEE commande un rapport succinct sur la culture réunionnaise et l'audiovisuel.

Cette étude retrace l'évolution du paysage audiovisuel réunionnais et apporte surtout des précisions sur la place de la langue créole et de la culture réunionnaise dans ce paysage audiovisuel.

Sur ce point, l'étude prend particulièrement en compte, l'analyse des programmes proposés par les acteurs audiovisuels et des pratiques des consommateurs. De plus, concernant le développement de l'audiovisuel à La Réunion, l'étude reprend les perspectives émises par l'ensemble des acteurs, à savoir :

- l'affichage par le conseil régional d'une politique forte en matière de développement de l'audiovisuel à travers l'adoption d'une stratégie globale intégrant l'Etat, les collectivités locales, les producteurs et les acteurs culturels et par des efforts financiers significatifs ;
- le développement d'une ambition mondiale : La Réunion est riche d'une expérience originale avec le métissage culturel et ses valeurs d'échanges, de partage, de solidarité. Ce métissage et ces valeurs sont des exemples à montrer ; d'autant que le développement des Nouvelles technologies de l'information et de la communication crée les conditions techniques favorables à la diffusion de ces exemples à travers la planète ;
- la mise en place d'une politique de développement de l'audiovisuel autour de trois axes : diffusion, formation et création.

En 2001 et 2002 conformément, à la loi qui lui donne compétence pour établir un rapport sur le paysage audiovisuel à La Réunion, le CCEE, en collaboration avec Capricorne Stratégies, effectue une étude sur l'état de la communication audiovisuelle dans l'île.

Dans ce cadre est proposé un état des lieux du paysage audiovisuel réunionnais (recueil et synthèse d'archives, rencontres des principaux acteurs, analyse d'une grille de programme des télévisions publiques et privées) et des propositions.

En 2002, le conseil régional saisit le CCEE sur la question, soulevée par une motion du groupe Freedom, de la diffusion des chaînes publiques audiovisuelles à La Réunion.

Ce dernier préconise que la diffusion des chaînes publiques soit examinée dans le cadre d'une politique globale de l'audiovisuel à La Réunion, en termes d'objectifs et de moyens, et en application de l'article 41 de la Loi d'orientation pour l'Outre-mer.

Le CCEE participe également au débat organisé par le CTR / CSA sur « Radio et Musique : mariage de raison », le 26 juin 2002. L'idée majeure qui résultait des discussions se résume à l'affrontement dans ce domaine, depuis l'ouverture des ondes, des radios associatives et des radios commerciales.

Enfin, en marge des travaux de la conférence permanente des CCEE de 2002, le CCEE de la Région Réunion a rencontré le PDG de RFO sur la question de l'adossement de RFO à France Télévisions. Celui-ci a exposé aux membres du Conseil la position qu'il a défendue devant le CSA.

Le CCEE, pour sa part, souligne les progrès faits par RFO, mais relève toutefois plusieurs problèmes qui persistent :

- le manque de formation des journalistes ;
- la non régularité des émissions locales à caractère informatif, éducatif, culturel, littéraire et artistique, ... ;
- la prise en compte des publics spécifiques (handicapés, personnes âgées, jeunes, ...).

Dans son avis sur le projet d'orientations budgétaires du conseil régional pour l'exercice 2002, notamment en ce qui concerne le cinéma et l'audiovisuel, le CCEE souscrit à la volonté du conseil régional de « sensibiliser le jeune public à la culture cinématographique ». Toutefois, il estime que l'intervention de la collectivité régionale devrait être plus importante. Il suggère donc au Conseil régional :

- de créer les conditions pour que s'affirment dans ce domaine, de manière incontestée, la dextérité, le professionnalisme et le savoir-faire de la jeune population réunionnaise,
- de jouer un rôle de leader au niveau du co-développement des pays de la zone océan Indien à travers ce nouveau secteur d'activité ;
- d'accompagner de manière volontariste, les associations ou les entreprises locales déjà reconnues au niveau international, afin qu'elles puissent développer davantage et durablement leur capital confiance auprès des professionnels ;
- de favoriser l'émergence d'auteurs, d'acteurs, de créateurs, de talents nouveaux dans ce domaine ;
- d'œuvrer pour le renouvellement des conventions de développement dans les secteurs de l'audiovisuel et du cinéma ;
- de renforcer le soutien au réseau des petites salles qui font de la diffusion audiovisuelle et cinématographique.

Puis, il propose au Conseil régional de contribuer à la création d'un Pôle d'excellence du cinéma et de l'audiovisuel à La Réunion :

- en participant au développement de l'école des Beaux-arts ;
- en mettant en place un fonds de soutien aux industries cinématographiques et audiovisuelles et à la jeune création audiovisuelle, cinématographique et multimédias indépendantes,
- en soutenant les manifestations cinématographiques ;
- en apportant son concours à la mise en place et au développement des salles d'art et d'essai en centre-ville (clientèle fidèle et régulière qui s'adapte rapidement et facilement aux changements qui pourraient être provoqués par les salles multiplex) ;
- en appuyant par des aides financières les associations qui œuvrent pour la diffusion du cinéma dans les écarts.

Dans son avis sur le projet d'orientations budgétaires du conseil régional pour l'exercice 2004, le CCEE se félicite des orientations de la collectivité régionale dans ce domaine.

La structuration du secteur dans le cadre d'une convention tripartite CNC-DRAC-REGION, la mise en place d'un plan de formation visant à la professionnalisation des acteurs, le soutien aux manifestations ainsi que le partenariat avec l'ADCAM (Association pour le développement du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia) constituent également, pour le CCEE, des axes stratégiques à développer.

Le CCEE note également le travail fait par le Conseil régional pour sauvegarder le patrimoine audiovisuel réunionnais. Aussi, l'encourage-t-elle à étendre son action dans ce domaine en assurant à terme la préservation des fonds cinématographiques de la Fédération Abel Gance et de la cinémathèque de La Réunion.

Dans son avis sur le projet de budget primitif du Conseil régional pour l'exercice 2004, le CCEE note, dans les orientations budgétaires du conseil régional pour l'exercice 2004, l'intérêt de la collectivité pour le patrimoine audiovisuel réunionnais.

En effet, la collectivité régionale déclare qu'elle a sauvé un fonds de films, numérisé une partie des enregistrements originaux de l'atlas linguistique de La Réunion et que « la totalité de ce fonds doit - en 2004 - faire l'objet d'un traitement qui garantira sa pérennité et son utilisation pour les étudiants et les chercheurs ». Il en est de même pour « les fonds des films anciens de RFO, extrêmement fragilisés par le temps et le climat » qui feront également l'objet d'une attention particulière. Par contre, dans le projet de budget primitif du conseil régional pour 2004, la commission est surprise qu'aucun crédit ne soit affecté à cet effet et qu'il n'est nullement question d'agir en faveur du patrimoine audiovisuel.

Dans son avis sur le projet d'orientations budgétaires pour l'exercice 2006, le CCEE approuve la politique de la collectivité régionale en matière de TIC, d'audiovisuel, de cinéma. Il encourage particulièrement le Conseil régional dans son action en faveur de la TNT (Télévision numérique terrestre) et du réseau régional mutualisé à haut débit « Gazelle... » et dans sa résolution à aider fortement les collectivités et d'autres structures à mettre en place des sites « portail ».

Le CCEE – était et est toujours d'accord pour que soient créés par exemple :

- un portail culturel avec la mise en ligne des éléments du patrimoine culturel et la numérisation des archives, des fonds culturels réunionnais, des collectes de données publiques faites par les services culturels et donnant accès à des sites dédiés aux artistes, aux acteurs associatifs culturels, à des centres de ressources, à des bibliothèques numériques ;
- un portail « Réunion » dont l'objectif résiderait dans la proposition d'informations sur l'offre touristique, culturelle, économique et éducative de La Réunion.

Il préconise également la connexion et la mise en réseau des lieux culturels, en priorité les bibliothèques, les Beaux-arts, les médiathèques, les centres de ressources, les centres d'information et de communication des lycées... Ce dernier exemple permettrait ainsi à des établissements détenant des ressources uniques (fonds locaux et régionaux universitaires) et témoignant de la vitalité de la recherche (mémoires, thèses, collections introspectives, littérature grise), de les valoriser, de les rendre accessibles et d'en assurer un archivage pérenne.

Cette même démarche pourrait ainsi être menée pour la constitution d'un centre de ressources documentaires dédié à l'environnement, voire des réseaux de centres relatifs à d'autres secteurs (sport, socio-éducatif, ...).

Pour ce qui est de l'audiovisuel et plus particulièrement de l'aide au tournage d'œuvres cinématographiques, le CCEE, dans son avis sur le projet d'orientations budgétaires du conseil régional pour l'exercice 2007, demande au conseil régional d'encourager la promotion de techniciens locaux. En effet, la compétence de ces professionnels n'est plus à démontrer ; aussi, devraient-ils être prioritairement embauchés par les réalisateurs lors des tournages se déroulant à La Réunion.

En 2009, la commission du CCEE avalise la politique de la collectivité sur l'éducation à l'image. Le CCEE avait déjà posé un débat sur cette problématique en organisant la 1ère édition locale du salon euro régional de l'Éducation. Cette même année, le Conseil consultatif se positionne aussi sur la question de l'arrivée de la TNT, la production audiovisuelle et l'amélioration de la qualité de diffusion. Déjà à l'époque, il interpellait sur le risque de forte concurrence des supports extérieurs face à la chaîne du service public. Le CCEE préconisait un soutien fort à la production audiovisuelle locale pour garder une télévision en adéquation avec nos réalités locales.

La Région Réunion a aussi suivi les recommandations du CCEE sur la production d'archives numériques, la mise en réseau des bibliothèques des lycées avec des centres de ressources et la mise en réseau des musées locaux.

En 2014, le CCEE soutient le développement de la fibre optique impulsée par la Région Réunion. Cependant, le conseil consultatif affiche sa désapprobation à l'abandon du projet de « serveur de cache ». Il s'agissait d'un dispositif technique permettant de garder localement, au travers de serveurs domiciliés dans l'île, en mémoire les pages visitées l'avantage fort d'utiliser moins de bande passante.

En 2016, le CCEE s'est positionné favorablement sur la politique de continuité numérique de la Région Réunion : réseaux haut-débit, wifi, usage pédagogique des tablettes tactiles, POP 2. En complément de cette politique, le conseil consultatif a proposé des enquêtes sur la place du numérique dans les lycées.

Le plan régional POP 2 propose l'aide à l'acquisition d'un ordinateur avec un soutien financier pour la connexion internet. En 2017, la commission du CCEE demande à la Région Réunion d'aller plus loin sur l'aspect formation. Le conseil consultatif se prononce pour la mise en place de module de formation à destination des familles. Ces modules avaient pour but de familiariser les familles avec l'outil informatique et internet.

C'est donc dans ce long contexte de saisine et d'auto-saisine du Conseil de la culture de l'éducation et de l'environnement que s'inscrit le présent rapport.

Dans son organisation interne, pour répondre à l'entrée de la société Réunionnaise à l'ère digitale et aux nouveaux enjeux : illettronisme, inclusion numérique, dématérialisation du service public..., le CCEE s'est doté d'une cinquième commission : la commission Médias, Audiovisuel et Numérique (C5). Les Universités de la Communication de l'Océan Indien (UCOI) organisées par le CCEE à l'époque ont assuré ce rôle pendant plusieurs années. Moments d'échanges avec des spécialistes mondiaux, les UCOI ont permis l'avènement de grandes avancées en termes de numérique pour l'île : développement de la carte vitale, fibre optique, ... il était logique pour le CCEE de pérenniser ce travail avec l'avènement de la commission C5 en 2018.

Entre 2018 et 2021, la C5 émet des avis et des recommandations autour du développement de l'Audiovisuel à travers 5 axes qui sont les piliers de l'émergence du Cinéma de La Réunion :

- La Réunion comme étant une terre de créativité et de tournage, propice au développement économique
- Le maintien du Fonds de soutien dans le cadre de convention CNC-État-Région
- L'Accompagnement et la structuration de la filière locale, de sa création à sa diffusion
- La Formation et l'insertion professionnelle des jeunes
- L'Éducation à l'image et le développement des publics.

En 2021, ce secteur représente la principale industrie culturelle et créative de La Réunion.

# BIBLIOG

- Le service public de l'audiovisuel à la Réunion – Rapport rédigé par Dominique Picardo – membre de la commission 1 « Culture, Communication, Audiovisuel » adopté en séance plénière le 20 octobre 2010 à l'unanimité des membres présents et représentés.
- Wikiterritorial <https://encyclopedie.wikiterritorial.cnfpt.fr/xwiki/bin/view/Mots-Cles/Servicepublic>
- Audition de Guy Detrousselle, directeur du Pôle Local Médiamétrie France, Mickaël Maillot, Dominique Picardo, Davy Vallée, respectivement directeur du CCEE, membre et chargé de mission de la Commission Médias, Audiovisuel, Communication, 9 juillet 2021.
- Communiqué de presse – Médiamétrie – Métridom – septembre – décembre 2013 à septembre – décembre 2021.
- Mathilde Durand. (2020, 5 octobre). Arrêt de la chaîne France Ô : « Ce n'est pas la fin de l'histoire ». Europe 1. <https://www.europe1.fr/medias-tele/arret-de-la-chaîne-france-ole-moment-nest-pas-au-regret-3996327>
- Anne-Laure Deparis. (2020, août 23). Arrêt de France Ô : Babette de Rozières et Sébastien Folin taclent France Télévisions. Programme Tv. <https://www.programme.tv/news/actu/210484-arret-de-france-o-babette-de-rozieres-et-sebastien-folin-taclent-france-televisions/>
- Conseil De La Culture, De L'éducation Et De L'environnement. (2020, août). Ateliers Culture du CCEE de la Réunion. CCEE de la Réunion.
- Région Réunion. (2020, novembre). Le Pacte Numérique (Contrat de filière numérique) feuille de route 2020–2023.
- le Robert. (s. d.). LeRobert dico en ligne. <https://dictionnaire.lerobert.com/>  
<https://dictionnaire.lerobert.com/definition/streaming>
- Linternaute. (s. d.). Définition Replay. <https://www.linternaute.fr/>  
<https://www.linternaute.fr/dictionnaire/fr/definition/replay/>
- Valéry Michaux. (2020). Nouvelles plateformes entre télévision et cinéma : quelles mutations en cours ? Quels impacts sur les contenus ? Enjeux Numériques, 10, 11-15.  
© Annales des Mines
- AFP. (2020, 20 novembre). En France, le rôle de Netflix divise plus que jamais la télévision. [www.frenchweb.fr](http://www.frenchweb.fr). <https://www.frenchweb.fr/en-france-le-role-de-netflix-divise-plus-que-jamais-la-television/410192>

# GRAPHIE

- François Miguet. (2020, 19 février). Netflix, Disney+ et Amazon Prime déclarent la guerre de plateformes de SVOD. [www.capital.fr. https://www.capital.fr/entreprises-marches/netflix-disney-et-amazon-prime-declarent-la-guerre-de-plateformes-de-svod-1362637](http://www.capital.fr/entreprises-marches/netflix-disney-et-amazon-prime-declarent-la-guerre-de-plateformes-de-svod-1362637)
- Afp, A. M. (2021, 21 avril). Netflix n'atteint pas ses objectifs d'abonnés et chute en bourse. 20minutes. <https://www.20minutes.fr/arts-stars/medias/3025943-20210421-netflix-atteint-objectifs-abonnes-chute-bourse>
- Catherine Dessinges, & Lucien Perticoz. (2019). Les consommations de séries télévisées des publics étudiants face à Netflix : une autonomie en question. *Les enjeux de l'information et de la communication*, 20, 5-23. © Gresec
- CNC. (2020, décembre). Observatoire de la vidéo à la demande. <https://www.cnc.fr/documents/36995/1118512/Observatoire+de+la+vid%C3%A9o+%C3%A0+la+demande+2020.pdf/46ea8415-4437-c1f8-bde5-1bd472b8f093>
- Stéphane Claireaux, & Maina Sage. (2019, juillet). Rapport d'information sur la production audiovisuelle dans l'Outre-mer. Assemblée Nationale.
- Colas Courjal. (2019). L'adaptation des médias de masse aux nouveaux usages numériques. *Enjeux numériques*, 6, 43-47. <http://Annales.org/enjeux-numeriques/2019/en-2019-06/2019-06-9.pdf>, © Annales des Mines
- Jennifer Mertens, J. M. P. (2021, 3 janvier). Netflix va investir 19 milliards de dollars dans ses productions en 2021. 20minutes. <https://www.20minutes.fr/high-tech/2943135-20210101-netflix-va-investir-19-milliards-de-dollars-dans-des-productions-en-2021>
- Alcaraz, M. (2019, 17 novembre). Pourquoi TF1 pactise avec Netflix. *Les Echos*. <https://www.lesechos.fr/tech-medias/medias/pourquoi-tf1-pactise-avec-netflix-1148446>
- Canovas, P. (2021, 27 mai). Télévision : les défis de la fusion TF1-M6. *Consultor*. <https://www.consultor.fr/devenir-consultant/actualite-du-conseil/6534-television-les-defis-de-la-fusion-tf1-m6.html>

# LISTE DES PUBLICATIONS

- 1982** Actes : Assises de la culture
- 1985 - 1986** Brochure : L'Inde et La Réunion
- 1986** Rapport : Proposition en vue de l'élaboration d'une politique régionale sportive, socio-éducative et culturelle à La Réunion
- 1987** Actes : Colloque international "Alcoolisation et suralcoolisation à La Réunion"
- 1988** Revue : Les "Figures de la littérature réunionnaise contemporaine"
- 1989** Ouvrage : "De la servitude à la liberté : Bourbon des origines à 1848"
- Ouvrage : "Histoire abrégée de l'enseignement à La Réunion"
- 1990** Plaque : L'exposition sur La révolution à La Réunion de 1789 à 1803  
Rapport : Propositions en matière de centres de vacances et de loisirs à La Réunion  
Actes : Colloque "Éducation personnalité responsabilité"
- 1992** Rapport : Pour un développement du socio-éducatif à La Réunion
- 1993** Rapport : Commission transversale "Données psychosociales et contenu des programmes"
- 1994 - 1995** Rapport : Enseignement artistique : luxe ou nécessité ?
- 1996** Actes et avis du CCEE : Colloque "Mobilité, culture et développement"  
Ouvrage : Éléments de réflexion sur la synthèse de vie des enfants à La Réunion et proposition concrètes
- 1996 - 1997** Rapport : Le paysage audiovisuel à La Réunion
- 1997** Livret : "La problématique du développement culturel à La Réunion" - Collection Esquisses

- 1998** Rapport : l'état de la coopération régionale  
Livret : "La problématique de l'éducation à La Réunion" - Collection Esquisses
- Rapport : Le socio-éducatif à La Réunion
- 2000** Rapport : La coopération régionale : la situation associative à Madagascar  
Actes : 1ère rencontre de la fédération communautaire de l'océan Indien  
Guide européen multilingue des communautés culturelles et des maisons de pays d'Europe (pages sur La Réunion : traduction française, anglaise et créole)  
Actes Rencontres de la culture - Horizon culturel "Le Pari de La Réunion" »
- 2001** Rapport : "Pour une école sans drogue" »  
Répertoire : La coopération régionale associative  
Actes : Forum territorial ERE : quelle éducation relative à l'environnement dans les îles du sud-ouest de l'océan Indien ?  
Actes : XIèmes RILC  
Livret : "La problématique du développement socio-éducatif à La Réunion" - Collection Esquisses
- 2002** Synthèse : Table ronde sur l'Éducation populaire : les élus construire ensemble  
Rapport : Le paysage audiovisuel réunionnais  
Documents et synthèses : Assises du sport à La Réunion, atelier "Sport et Tourisme"
- 2004** Rapport : Étude "Loisirs et tourisme sportif de nature à La Réunion" (état des lieux, les enjeux et perspectives en matière de développement durable)
- 2005** Rapport : "Diagnostic pour une stratégie culturelle du Parc national de La Réunion"  
Actes : Colloque inter-CCEE "Lanvironman, alon mèt ansanm"  
Journal : Coordination de la semaine créole
- 2008** Étude : "La place de l'activité culturelle dans l'économie de La Réunion"  
Plaquette : "Pour une utilisation rationnelle de l'éclairage artificiel"
- 2009** Actes : Journée mondiale de la philosophie 2008
- 2011** Actes : Colloque inter-CCEE 2010 "La place des Outres-mer dans le sport français"  
Étude : Le champ associatif de l'Éducation populaire à La Réunion  
Rapport : Le service public de l'audiovisuel à La Réunion

- 2013** Étude : Les pratiques artistiques et les fréquentations culturelles des Réunionnais.es  
 Actes : Colloque "l'Éducation populaire : pour une démocratie citoyenne et solidaire"  
 Rapport : Le tourisme à La Réunion  
 Actes (version sonore) : Salon régional de l'Éducation – 4ème édition : "Rythmes scolaires : quelles organisation de la journée et de la semaine pour La Réunion ?"
- 2014** Actes (version sonore) Salon régional de l'Éducation – 5ème édition : "Rencontre-débat du CCEE : Parler bambin"  
 Rapport : La situation des arts plastiques à La Réunion  
 Actes : Colloque inter-CCEE "Refonder l'Éducation populaire pour un nouveau contrat social"  
 Ouvrage 30 ans du CCEE de La Réunion
- 2017** Actes : Rencontres de l'Éducation de l'océan Indien : "Quelle éducation pour faire face aux défis d'aujourd'hui ? Une pédagogie qui unit et qui libère"
- 2018** Actes : Rencontres de l'Éducation à l'environnement et au développement durable "Pou mazine nout domin"  
 Rapport : La relation tourisme et culture à La Réunion  
 Bilan : Mandature du CCEE 2011-2017  
 Ouvrage : La Réunion, une île unique et exceptionnelle : pitons, cirques et remparts
- 2019** Actes (version sonore) : Rencontres de l'Éducation de l'océan Indien : "S'émanciper, s'unir pour construire du commun - Rouv out zieu pou trase out schemin"
- 2020** Actes (version numérique) : Colloque inter-CCEE 2019 "Pou mazine in domin : nout kiltir, zarboutant nou pei" – Cultures et développements pour une réflexion endogène sur le devenir de nos territoires – synthèse et présentation des échanges  
 Rapport : Ateliers Culture du CCEE de La Réunion
- 2021** Ouvrage : "Vers l'égalité" - Collection La Réunion d'hier à aujourd'hui

# LISTE DES ÉDITIONS

- 1987** Revue « Action poétique » : FON N'KÉZER La Réunion (poètes de La Réunion). Recueil réalisé avec l'aide du CCEE et consacré à la littérature réunionnaise d'expression créole et française. Double numéro 107 et 108
- 1992** Vidéogramme : Vert mascalrin. Les plantes endémiques de La Réunion
- 1995** Vidéogramme : Mensonge de l'ibis. Histoire des animaux endémiques de La Réunion
- 1996** Vidéogramme : Le peuplement des Mascareignes
- 1997** Bande dessinée : Ba'karé en forêt - Édition en co-partenariat avec l'Office national des forêts d'une bande dessinée
- 2005** Recueil : LanKRéol - nouvelles, de contes, de légendes et de poésies en créole réunionnais primés en 2004
- 2006** Dossier culturel : "La kaz créole de La Réunion" - Édition en co-partenariat avec Lofis la lang kréol La Réunion et l'association Tikouti
- 2007** Recueil : LanKRéol - nouvelles, de contes, de légendes et de poésies en créole réunionnais primés en 2005-2006
- 2009** Recueil : LanKRéol - nouvelles, de contes, de légendes et de poésies en créole réunionnais primés en 2007-2008
- 2010** Recueil : LanKRéol - nouvelles, de contes, de légendes et de poésies en créole réunionnais primés en 2009
- 2011** Recueil : LanKRéol - nouvelles, de contes, de légendes et de poésies en créole réunionnais primés en 2010
- 2012** Recueil : LanKRéol - nouvelles, de contes, de légendes et de poésies en créole réunionnais primés en 2011
- 2013** Recueil : LanKRéol - nouvelles, de contes, de légendes et de poésies en créole réunionnais primés en 2012

- 2015** Recueil : LanKRéol - nouvelles, de contes, de légendes et de poésies en créole réunionnais primés en 2013 et 2014
- 2016** Recueil : LanKRéol - fonnkèr & slam, de nouvelles & contes, de pièces de théâtre en créole réunionnais primés en 2015
- 2017** Recueil : LanKRéol - fonnkèr & slam, de nouvelles & contes, de pièces de théâtre en créole réunionnais primés en 2016 et 2017
- 2018** Recueil : LanKRéol - fonnkèr et de poésies en créole réunionnais primés en 2018
- 2019** Recueil : LanKRéol - Pri Daniel HONORÉ- fonnkèr et de poésies en créole réunionnais primés en 2019  
Recueil LanKRéol pou lékol - Pri Daniel HONORÉ - fonnkèr 2019  
Retranscription (version sonore) : Échanges de la Conférence régionale de la vie associative et de l'engagement solidaire
- 2020** Recueil : LanKRéol - Pri HONORÉ - fonnkèr et de nouvel en créole réunionnais primés en 2020
- 2021** Recueil : Pri Honoré pou lékol - LanKRéol Fonnkèr 2021  
Recueil : Pri Honoré - LanKRéol 2021

# RÉFÉRENCES JURIDIQUES

Le code de la santé publique, notamment ses articles L. 5124-1 à L. 5124-18 ;

La loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication, notamment ses articles 9, 27, 44 et 48 ;

La loi n° 94-665 du 4 août 1994 relative à l'emploi de la langue française ;

La loi n° 2009-258 du 5 mars 2009 relative à la communication audiovisuelle et au nouveau service public de la télévision, notamment ses articles 46, 69 et 91 ;

Le décret n° 87-239 du 6 avril 1987 pris pour l'application de l'article 27-I de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication et fixant pour les services de radiodiffusion sonore diffusés par voie hertzienne terrestre ou par satellite le régime applicable à la publicité et au parrainage ;

Le décret n° 90-66 du 17 janvier 1990 pris pour l'application de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 et fixant les principes généraux concernant la diffusion des œuvres cinématographiques et audiovisuelles par les éditeurs des services de télévision ;

Le décret n° 92-280 du 27 mars 1992 pris pour l'application des articles 27 et 33 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 et fixant les principes généraux définissant les obligations des éditeurs de services en matière de publicité, de parrainage et de téléachat ;

Le décret n° 92-1188 du 5 novembre 1992 pris pour l'application des articles 27 et 70 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication et fixant les principes généraux définissant les obligations concernant la diffusion des œuvres cinématographiques par l'organisme du secteur public et les services de communication audiovisuelle diffusés en clair par voie hertzienne terrestre ou par satellite dans les départements et territoires d'Outre-mer et dans les collectivités territoriales de Saint-Pierre-et-Miquelon et de Mayotte ;

Le décret n° 2001-609 du 9 juillet 2001 pris pour l'application du 3° de l'article 27 et de l'article 71 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 et relatif à la contribution des éditeurs de services de télévision diffusés en clair par voie hertzienne terrestre en mode analogique au développement de la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles ;

Le Décret n°2009-796 du 23 juin 2009 fixant le cahier des charges de la société nationale de programme France Télévision. (modifié par Décret n°2021-96 du 30 janvier 2021-art 1)

## **LES PERSONNES AUDITIONNÉES**

Guy DETROUSSELLE  
Gora PATEL  
Stéphane PESSIN

---

## **LES MEMBRES DE LA COMMISSION "MÉDIA, AUDIOVISUEL ET COMMUNICATION"**

Jean-François BEAULIEU  
Claude CLERGUE  
Elsa DAHMANI  
Daniel MEMBRIVES  
Dominique PICARDO  
Roger RAMCHETTY

---

## **CHARGÉ DE MISSION DE LA COMMISSION "MÉDIA, AUDIOVISUEL ET COMMUNICATION"**

Davy VALLÉE

---

## **CONCEPTION GRAPHIQUE ET MISE EN PAGE**

Julie ERNEST

---

### **Crédits photos**

Freepik / Canva / Réunion la 1ère







©CCEE 2022  
Conseil de la culture, de l'éducation et de l'environnement

73 boulevard du Chaudron  
97490 Sainte-Clotilde  
Ile de La Réunion

 0262 41 44 12

 [ccee.lareunion@cr-reunion.fr](mailto:ccee.lareunion@cr-reunion.fr)

 [www.ccee.re](http://www.ccee.re)

 Ccee La Réunion

