

collection Sirey

Guy Drouot

Le nouveau droit de l'audiovisuel

éditions Sirey

TABLE DES MATIERES

PREFACE	XIX
---------------	-----

TITRE PRELIMINAIRE

I. – Les transformations successives du paysage de l'audiovisuel	2
§1. – L'UNIFORMITE DU PAYSAGE INITIAL : L'AUDIOVISUEL SOUS L'AUTORITE DE L'ETAT	3
A. – Un paysage façonné par la règle du monopole ...	3
1. <i>Le monopole public sur les ondes :</i> <i>sources législatives et justifications.</i>	3
2. <i>L'application pratique de la règle.</i>	4
B. – Un paysage réduit à sa plus simple expression ...	5
1. <i>De l'autorité du ministre des P.T.T.</i> ...	5
2. <i>... à celle du ministre de l'information</i>	6
§2. – LES NUANCES DU PAYSAGE INTERMEDIAIRE : L'AUDIOVISUEL SOUS LA TUTELLE DE L'ETAT	7
A. – L'évolution de l'audiovisuel public vers l'autono- mie de gestion	8
1. <i>La création de l' O.R.T.F.</i> <i>(loi du 27 juin 1964)</i>	8
2. <i>La reprise en main par le pouvoir</i> <i>(loi du 3 juillet 1972).</i>	10
3. <i>L'éclatement des structures</i> <i>(loi du 7 août 1974)</i>	11
B. – Les prémisses du secteur privé de l'audiovisuel. ...	14
1. <i>Les facteurs de cette apparition</i>	14

2. <i>Les premières manifestations de l'initiative privée</i>	15
§3. — LA DIVERSIFICATION DU PAYSAGE ACTUEL : L'AUDIO-VISUEL CONCURRENCIEL	18
A. — Le recul du monopole public	18
1. <i>La consistance du monopole en 1980.</i>	18
2. <i>Les dérogations au monopole :</i> <i>la loi du 9 novembre 1981.</i>	19
B. — L'ouverture officielle de l'espace audiovisuel à l'initiative privée	21
1. <i>L'abolition partielle du monopole :</i> <i>la loi du 29 juillet 1982</i>	21
2. <i>L'apparition des télévisions privées :</i> <i>la loi du 13 décembre 1985</i>	25
II. — La loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication	26
§1. — LA GENESE DE LA LOI	27
A. — La présentation du projet de loi	27
1. <i>Les réactions à l'avant-projet</i>	27
2. <i>Les grandes lignes du projet.</i>	28
B. — La discussion parlementaire	30
1. <i>L'examen du texte par le Sénat.</i>	31
2. <i>L'examen du texte par l'Assemblée nationale</i> .	32
C. — La décision du Conseil constitutionnel	34
1. <i>Le recours des députés socialistes</i>	34
2. <i>L'annulation des dispositions relatives à la limitation des concentrations</i>	35
3. <i>L'annulation de certaines dispositions relatives à la C.N.C.L. et à T.D.F.</i>	37
4. <i>Les moyens écartés par le juge</i>	38
§2. — PRESENTATION GENERALE DE LA LOI	42
A. — La structure formelle du texte	42
B. — Les traits généraux concernant le fond du texte . . .	44
1. <i>Une approche globale de la communication et un champ d'application élargi</i>	44

2. <i>Une volonté de désengager l'Etat.</i>	47
3. <i>Des institutions modifiées ou supprimées.</i>	48
§3. — L'ENTREE EN VIGUEUR DE LA LOI ET LE NOUVEL ASPECT DU PAYSAGE AUDIOVISUEL	53
A. — La résiliation des concessions des 5ème et 6ème chaînes	53
1. <i>Le contentieux relatif aux concessions de ces chaînes</i>	53
2. <i>La réattribution des réseaux par la C.N.C.L.</i> . . .	56
B. — La privatisation de TF 1	59
1. <i>Les modalités de cession</i>	59
2. <i>La procédure de cession.</i>	61
3. <i>Le déroulement effectif de la cession</i>	62
4. <i>Les effets de la cession</i>	63
C. — Le nouvel aspect du paysage audiovisuel.	65

PREMIERE PARTIE

LES GRANDS PRINCIPES DU DROIT DE LA COMMUNICATION AUDIOVISUELLE

CHAPITRE 1

LA LIBERTE DE COMMUNICATION

Section 1. — Les sources juridiques du principe . . 71

§1. — UNE LIBERTE DE CONSECRATION RECENTE 72

A. — Les causes de cette consécration tardive 72

B. — De la liberté de la presse à la liberté de la communication audiovisuelle 74

§2. — LES SOURCES LEGISLATIVES IMMEDIATES :

LA LOI DU 29 JUILL. 1982 76

A. — Les conceptions en présence lors des travaux préparatoires de la loi. 76

B. — La liberté de la communication audiovisuelle selon l'art. 1er de la loi.	78
§3. — LES SOURCES JURISPRUDENTIELLES	80
§4. — LES SOURCES DOCTRINALES	82
Section 2. — La liberté de communication dans la loi du 30 sept. 1986	84
§1. — LES CONCEPTIONS EN PRESENCE DANS LA DISCUSSION PARLEMENTAIRE	84
A. — La conception du Gouvernement et de la majorité parlementaire	85
B. — La conception de l'opposition de gauche	87
§2. — LA CONCEPTION CONSACREE PAR L'ART. 1ER DE LA LOI.	88
A. — La portée de la liberté de communication	89
1. <i>La liberté d'émettre</i>	89
2. <i>La liberté de recevoir</i>	90
B. — Les limitations à la liberté de communication	91

CHAPITRE 2

LE PLURALISME

Section 1. — Le pluralisme de la communication audiovisuelle ou la limitation des concentra- tions	96
§1. — LES CARACTERISTIQUES DU MARCHE FRANCAIS DE LA COMMUNICATION	96
A. — Synergie et concentration.	97
B. — Les principaux groupes de communication français	99
§2. — L'EXIGENCE CONSTITUTIONNELLE DE PLURALISME	102
§3. — LES REGLES POSEES PAR LA LOI DU 30 SEPT. 1986	103
A. — Les limitations à la concentration du capital par une même personne	103
1. <i>Participation au capital de sociétés exploitant un service national de télévision hertzienne</i>	104

2. <i>Participation au capital de sociétés exploitant un service de télévision par satellite.</i>	104
3. <i>Participation au capital de sociétés exploitant un service régional de télévision hertzienne.</i>	104
B. — La limitation du cumul des autorisations par une même personne	105
1. <i>La limitation des positions dominantes dans un même média.</i>	106
2. <i>La limitation des cumuls d'autorisations multimédia.</i>	107
C. — Les conditions d'application de ces règles.	109
§4. — LES EXEMPLES ETRANGERS	111
A. — Le modèle italien : un monopole privé de fait	112
B. — Le modèle britannique : un équilibre fragile.	114
C. — Le modèle américain : un pluralisme menacé.	116
Section 2. — Le pluralisme dans la communication audiovisuelle ou l'équilibre dans l'expression des opinions	120
§1. — LES REGLES COMMUNES AU SECTEUR PUBLIC ET AU SECTEUR PRIVE	121
A. — Le droit de réponse	121
B. — L'honnêteté et le pluralisme de l'information	125
C. — Les émissions publicitaires à caractère politique.	126
§2. — LES REGLES APPLICABLES AU SECTEUR PRIVE	127
A. — Le pluralisme et l'égalité de traitement entre les usagers.	128
B. — Le pluralisme dans les émissions relatives aux campagnes électorales	128
C. — Le pluralisme et l'accès à un service de communication audiovisuelle	129
§3. — LES REGLES APPLICABLES AU SECTEUR PUBLIC	131
A. — L'équilibre dans l'expression des courants de pensée et d'opinion.	132
1. <i>Les émissions d'expression directe.</i>	132
2. <i>Les émissions religieuses</i>	133

B. — L'équilibre dans les rapports entre le Gouvernement et l'opposition	133
1. <i>Le droit de communication du gouvernement.</i>	134
2. <i>La règle des "trois tiers"</i>	137
C. — L'équilibre dans l'expression des partis, des formations politiques et des organisations syndicales.	138
1. <i>Les émissions d'expression directe des partis et syndicats.</i>	138
2. <i>Les débats parlementaires.</i>	140
3. <i>Les émissions relatives aux campagnes électorales</i>	140

CHAPITRE 3

LA TRANSPARENCE

Section 1. — L'exigence constitutionnelle de transparence	143
§1. — LA CONSECRATION DE L'OBJECTIF DE TRANSPARENCE.	143
§2. — LES CONSEQUENCES DE CETTE CONSECRATION	145
Section 2. — La transparence des structures et des activités de l'entreprise de communication	146
§1. — L'IDENTIFICATION DES PERSONNES AYANT LA PROPRIETE OU LE CONTROLE DE L'ENTREPRISE	147
A. — L'interdiction du prête-nom	147
B. — La forme nominative des actions.	149
C. — La limitation de l'influence étrangère.	150
1. <i>La règle générale de limitation</i>	150
2. <i>Les exceptions à la règle</i>	151
§2. — L'OBLIGATION D'INFORMATION INCOMBANT A L'ENTREPRISE DE COMMUNICATION.	152
A. — L'information du public	152
B. — L'information de la C.N.C.L.	152

DEUXIEME PARTIE

L'ENTREPRISE DE COMMUNICATION AUDIOVISUELLE

CHAPITRE 1

L'ENTREPRISE PUBLIQUE DE COMMUNICATION AUDIOVISUELLE

Section 1. — L'organisation générale du secteur public	160
§1. — LE PRINCIPE DE LA DIVISION DES TACHES	160
§2. — LES ORGANISMES DU SECTEUR PUBLIC	161
A. — La société française de production et de création audiovisuelle (S.F.P.)	161
1. <i>Missions</i>	161
2. <i>Statut et régime juridique</i>	163
B. — Les sociétés nationales de programme	164
1. <i>Enumération et missions</i>	164
2. <i>Statut et régime juridique</i>	167
C. — L'Institut national de l'audiovisuel (I.N.A.)	169
1. <i>Missions</i>	169
2. <i>Statut et régime juridique</i>	170
D. — Télédiffusion de France (T.D.F.)	171
1. <i>Missions</i>	172
2. <i>Statut et régime juridique</i>	172
E. — Les autres organismes	173
Section 2. — Les règles de fonctionnement et de financement	173
§1. — LES OBLIGATIONS DE SERVICE PUBLIC	174
A. — Le principe de la définition par les textes des obligations de service public	174
B. — La nature et le contenu des obligations	175
1. <i>Les obligations relatives à la programmation</i>	175
2. <i>La continuité du service public</i>	175

§2. — LE FINANCEMENT DU SECTEUR PUBLIC	177
A. — Les ressources publiques : la redevance	178
B. — Les ressources privées : la publicité	179
C. — Les ressources "parapublicitaires" dans le secteur public	181
D. — L'emprunt	182
Section 3. — Le statut du personnel et des jour- nalistes	182

CHAPITRE 2

L'ENTREPRISE PRIVEE DE COMMUNICATION AUDIOVISUELLE

Section 1. — Les structures de gestion	186
§1. — LES SOCIETES DE PROGRAMMATION	186
A. — Les sociétés de télévision	186
B. — Les sociétés de radiodiffusion sonore	188
1. <i>Les radios privées</i>	188
2. <i>Les stations périphériques</i>	189
C. — Les sociétés de gestion de réseaux câblés	189
§2. — LES SOCIETES CONCOURANT A LA PROGRAMMATION	190
Section 2. — Le régime juridique de la gestion	190
§1. — L'APPLICATION DE PRINCIPE DU DROIT PRIVE	190
§2. — LES PARTICULARISMES	191
A. — La composition du capital	191
B. — L'obligation d'informer la C.N.C.L.	193

CHAPITRE 3

L'ENTREPRISE D'ECONOMIE MIXTE

TROISIEME PARTIE

LA REGULATION

DE LA COMMUNICATION AUDIOVISUELLE

CHAPITRE 1

L'ORGANE ADMINISTRATIF DE REGULATION : LA COMMISSION NATIONALE DE LA COMMUNICATION ET DES LIBERTES

Section 1. – Statut et organisation de la commission	203
§1. – LA C.N.C.L., AUTORITE ADMINISTRATIVE INDEPENDANTE	203
A. – La composition et la désignation des membres	204
B. – Le statut des membres.	208
1. <i>L'inamovibilité</i>	209
2. <i>Le régime des incompatibilités</i>	210
3. <i>L'obligation de secret professionnel</i>	211
4. <i>Les indemnités de fonction</i>	211
§2. – L'ORGANISATION INTERNE ET LES REGLES DE FONCTION- NEMENT DE LA C.N.C.L.	212
A. – Les pouvoirs propres du président	212
B. – Le règlement intérieur.	212
C. – Les services administratifs.	213
Section 2. – Les attributions de la commission	215
§1. – LE DOMAINE DE COMPETENCE	215
A. – Les activités soumises à régulation	215
B. – Les personnes soumises à régulation	218
§2. – TYPOLOGIE DES POUVOIRS DE LA C.N.C.L.	218
A. – Le magistère moral	219
1. <i>Définition et portée</i>	219
2. <i>Mise en œuvre</i>	220
B. – Le pouvoir normatif.	221
1. <i>Les recommandations</i>	221

2. <i>Les normes à caractère réglementaire</i>	222
C. – Le pouvoir de décision	223
1. <i>La nomination d'organes dirigeants des organismes du secteur public</i>	223
2. <i>Le pouvoir d'autorisation</i>	224
D. – Le pouvoir consultatif et de suggestion	225
E. – Le pouvoir d'adresser des observations publiques	226
F. – Le pouvoir d'enquête et d'investigation.	226
G. – Le pouvoir d'informer.	227
Section 3. – Les moyens d'action	228
§1. – LES MOYENS FINANCIERS	228
§2. – LES MOYENS JURIDIQUES	229
A. – Le pouvoir de sanction de la C.N.C.L.	229
1. <i>Les sanctions après mise en demeure préalable</i>	230
2. <i>Les sanctions sans mise en demeure préalable</i>	231
B. – Le recours au juge	232
1. <i>Le référé devant le président de la section du contentieux du Conseil d'Etat</i>	232
2. <i>La saisine du procureur de la République</i>	233
Section 4. – Un exemple d'organe régulateur étranger : la <i>Federal Communications Commission</i>	234
§1. – LES MISSIONS DE LA F.C.C.	235
§2. – LA COMPOSITION ET LES STRUCTURES	236

CHAPITRE 2

L'ORGANE POLITIQUE DE CONTROLE : LE PARLEMENT

Section 1. – Le droit de regard du Parlement sur l'audiovisuel.	237
§1. – UN DROIT TRADITIONNEL	237

§2. — UN DROIT EN DECLIN	238
------------------------------------	-----

Section 2. — Les modalités d'intervention du Parlement 239

§1. — LE VOTE DU BUDGET ET LA PARTICIPATION A LA GESTION DU SECTEUR PUBLIC	239
---	-----

§2. — L'INFLUENCE DES PARLEMENTAIRES SUR L'EVOLUTION DE L'AUDIOVISUEL	240
--	-----

CHAPITRE 3

LE REGIME JURIDIQUE APPLICABLE AUX ACTIVITES DE TELECOMMUNICATION

Section 1. — La régulation des procédés de télé- communication 244

§1. — L'ACCES A UN PROCEDE DE TELECOMMUNICATION	244
---	-----

A. — Le régime de l'autorisation préalable	244
--	-----

1. <i>L'autorisation d'accéder aux services de communication audiovisuelle diffusée</i>	244
---	-----

a. Les services de radio et de télévision diffusés par voie hertziennne terrestre	244
--	-----

b. Les services de radio et de télévision diffu- sés par satellite	246
---	-----

2. <i>L'autorisation d'accéder aux services autres que la communication audiovisuelle</i>	247
---	-----

B. — Le régime de la déclaration	248
--	-----

1. <i>Le principe de la déclaration</i>	248
---	-----

2. <i>Les activités soumises à déclaration</i>	248
--	-----

3. <i>La procédure de la déclaration</i>	249
--	-----

4. <i>Le contenu de la déclaration</i>	250
--	-----

§2. — L'USAGE DES PROCEDES DE TELECOMMUNICATION	250
---	-----

A. — L'utilisation des fréquences hertziennes	252
---	-----

1. <i>Les contraintes techniques relatives à l'usage des fréquences</i>	252
---	-----

2. <i>L'attribution et l'assignation des fréquences hertziennes</i>	253
---	-----

a.	La procédure d'attribution et d'assignation des fréquences	253
b.	Le rôle de la C.N.C.L.	255
3.	<i>Les règles de diffusion</i>	255
B. —	L'utilisation d'un réseau de télédistribution	258
1.	<i>Le plan-câble et son évolution</i>	258
2.	<i>Le régime issu de la loi du 30 sept. 1986</i>	260
a.	L'établissement des réseaux de télédistribution	260
b.	L'exploitation des réseaux de télédistribution	261
Section 2. — La régulation des programmes audiovisuels		263
§ 1. —	LES REGLES GENERALES DE PROGRAMMATION	263
A. —	La durée minimum des programmes et les programmes propres	264
1.	<i>En matière de radiodiffusion sonore</i>	264
2.	<i>En matière de télévision</i>	264
B. —	La qualité des programmes	265
1.	<i>Le respect de la personne humaine</i>	265
2.	<i>Le pluralisme et l'honnêteté des informations</i>	266
3.	<i>Le respect de la qualité de la langue française</i>	266
C. —	L'obligation de conserver les programmes	267
§ 2. —	LES REGLES SPECIFIQUES A CERTAINS TYPES D'EMISSIONS TELEVISEES	268
A. —	Les émissions publicitaires	268
1.	<i>La publicité commerciale</i>	268
a.	Les règles générales	269
b.	Les pratiques parapublicitaires	271
2.	<i>La publicité politique</i>	272
B. —	La programmation des œuvres cinématographiques	273
1.	<i>L'obligation de contribuer à la création cinématographique</i>	275
2.	<i>Le quota des films</i>	276
3.	<i>La grille de programmation</i>	277
4.	<i>Le délai de diffusion</i>	278

5. <i>La nationalité des œuvres</i>	278
6. <i>Le respect de la propriété littéraire et artistique</i>	278
7. <i>Sanctions pénales</i>	280
§3. — LES REGLES SPECIFIQUES A LA PROGRAMMATION SUR LES RESEAUX CABLES	280
A. — La retransmission de programmes diffusés par voie hertzienne	280
B. — La distribution de programmes propres	281
§4. — LES REGLES SPECIFIQUES AUX TELEVISIONS PRIVEES HERTZIENNES REGIONALES OU LOCALES	282
BIBLIOGRAPHIE THEMATIQUE	287
INDEX ALPHABETIQUE DES NOMS PROPRES	293
INDEX ALPHABETIQUE DES MOTS-CLEFS	295

TABLE DES FIGURES

1. Limitations à la concentration du capital	108
2. Limitations au cumul des autorisations	108
3. Répartition des temps d'antenne entre les formations repré- sentées par un groupe dans l'une ou l'autre assemblée du Parlement	136
4. Répartition des temps d'antenne entre les organisations syndicales et professionnelles représentatives au plan national	136
5. La répartition du capital de T.F. 1 privatisée	194
6. La répartition idéale du capital d'une télévision privée	195
7. La C.N.C.L. et le secteur public	216
8. La C.N.C.L. et le secteur privé	217
9. La gamme des fréquences et les usages correspondants	251
10. Tableau comparatif des obligations des chaînes de télé- vision en matière de programmation	284