
**Décret n° 2005-286 du 29 mars 2005 portant approbation du cahier des charges
de la société France 4**

Le Premier ministre,
Sur le rapport du ministre de la culture et de la
communication,

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

Vu 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 oeuvres
cinématographiques et audiovisuelles par les
éditeurs de services de télévision ;

Vu 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 télé-achat ;

Vu le décret n° 2001-1333 du 28 décembre
2001 pris pour l'application des articles 27, 70 et
71 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 et
fixant les principes généraux concernant la
diffusion des services autres que
radiophoniques par voie hertzienne terrestre en
mode numérique ;

Vu l'avis n° 2005-2 du Conseil supérieur de
l'audiovisuel en date du 15 mars 2005,
Décrète :

Article 1

Le cahier des charges de la société dénommée
France 4, annexé au présent décret, est
approuvé.

Article 2

Le ministre de la culture et de la communication
est chargé de l'exécution du présent décret, qui
sera publié au *Journal officiel de la République
française*.

Fait à Paris, le 29 mars 2005.
Jean-Pierre Raffarin
Par le Premier ministre :
Le ministre de la culture et de la communication,
Renaud Donnedieu de Vabres

A N N E X E CAHIER DES CHARGES DE LA SOCIÉTÉ FRANCE 4

Préambule

Complémentaire des autres chaînes de France
Télévisions, France 4 contribue à renforcer
l'offre culturelle, artistique et de spectacles
vivants du groupe public et à exposer la création
audiovisuelle française et européenne. Par son
contenu et sa programmation, elle vise au
rajeunissement de l'audience des télévisions
publiques ; elle diffuse une sélection de leurs
programmes en vue d'en assurer l'exposition la
plus large.

France 4 propose un éventail varié de
programmes télévisuels répondant aux attentes
du plus large public avec une attention
particulière pour les jeunes adultes. A ce titre,
elle diffuse en particulier des programmes de
création appartenant aux genres suivants :
cinéma, fictions, animations, spectacles vivants
et documentaires. Elle diffuse également des
magazines et de l'information sur l'art, les
spectacles et les loisirs. Les manifestations
culturelles et artistiques y tiennent une large
place. Elle développe une politique originale de
retransmission de spectacles vivants.
Elle affirme sa différence dans le paysage
audiovisuel et son exigence en tant que chaîne
publique. Elle exprime la pluralité des goûts et
des passions concernant les arts, la culture et
les spectacles et favorise la découverte de cette
pluralité. Son style et son rythme répondent aux
attentes du public en matière de modernité et
d'innovation.

La chaîne a vocation à constituer une référence
en matière d'éthique, de qualité et d'imagination.
Elle garantit le pluralisme des idées et des
opinions, la diversité des expressions culturelles
et artistiques, le respect de la dignité de la
personne humaine et le souci de promouvoir
des valeurs d'intégration, de solidarité et de
civisme. Elle s'attache à offrir aux jeunes talents
dans les domaines de la création une visibilité
élargie et accessible au plus large public.

Les programmes sont multidiffusés afin de leur
offrir une exposition maximale correspondant

aux disponibilités variées du plus large public.

En harmonie avec les chaînes du groupe France Télévisions, la société veille, dans ses programmes inédits, à développer la création audiovisuelle et à favoriser l'innovation. La chaîne propose des programmes également diffusés par France 2, France 3, France 5 et Réseau France outre-mer, pour les rendre accessibles à tous les publics et élargir leur audience.

Pour répondre à la diversification des supports de la communication audiovisuelle et à l'évolution des attentes du public, la société s'attache, au titre de ses missions de service public, à faire bénéficier le public des programmes, des services et de l'interactivité offerts par les nouvelles technologies de l'information et de la communication. Ses émissions doivent refléter, tant par leur contenu que par leur présentation, un souci constant de convivialité et susciter la curiosité. Elles doivent également renforcer la relation avec les téléspectateurs en leur proposant des renvois à des supports de connaissance complémentaires, écrits, audiovisuels et informatiques, dans la limite des moyens de la chaîne, en exploitant directement ou indirectement tout service de communication au public en ligne complétant et prolongeant ses programmes. Elles favorisent ainsi l'accès de la population à la maîtrise et à l'usage des moyens modernes de communication au public par voie électronique.

La société coordonne sa politique de coproduction et d'acquisition de droits de diffusion avec les autres services de télévision exerçant des missions de service public visés à l'article 44 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication. La société veille à la complémentarité de sa programmation avec celle de la chaîne Arte et entreprend toute coopération utile avec la société Arte-France en matière de politique de coproduction et d'acquisition de droits de diffusion. Elle peut rediffuser des programmes diffusés par la chaîne Arte, après accord de la société Arte-France.

Avec les autres chaînes du groupe France Télévisions, la société peut participer à des actions communes utiles lorsque le service public, l'efficacité économique ou budgétaire ou la taille mondiale du marché le justifient. A ce titre, l'ensemble des programmes, services ou messages de toute nature que chacune d'elles met à la disposition du public constitue une base de données commune, ayant vocation à être utilisée, dans le respect de la réglementation applicable, par toutes les sociétés du groupe France Télévisions.

Article 1

Titulaire d'un droit d'usage de la ressource radioélectrique en application de l'article 26 de la loi du 30 septembre 1986 précitée, la société diffuse son programme à vocation nationale en clair par voie hertzienne terrestre en mode numérique sur le territoire métropolitain. Conformément à l'article 30-2 de la même loi, une société distincte de France 4 est chargée de faire assurer les opérations techniques nécessaires à la transmission et à la diffusion auprès du public de ses programmes. France 4 assure également la reprise intégrale et simultanée de son programme par d'autres réseaux de communications électroniques au sens du 2° de l'article L. 32 du code des postes et communications électroniques. La reprise intégrale et simultanée s'entend indépendamment des caractéristiques techniques, en matière notamment de format de diffusion et de définition des programmes. La société est seule responsable de la sélection des programmes dont elle assure la diffusion ou la rediffusion. Le service ainsi diffusé respecte les dispositions du présent cahier des charges.

Chapitre Ier Obligations générales

Article 2

Dans le respect du principe d'égalité de traitement et des recommandations du Conseil supérieur de l'audiovisuel, la société assure l'honnêteté, l'indépendance et le pluralisme de l'information ainsi que l'expression pluraliste des courants de pensée et d'opinion. Elle veille également à ce que son offre de programmes témoigne de la richesse et de la diversité des cultures constitutives de la société française. Elle s'interdit de recourir à tout procédé susceptible de nuire à la bonne information du téléspectateur.

Article 3

La société veille au respect de la personne humaine et de sa dignité. Elle contribue, à travers ses programmes et son traitement des problèmes de société, à la lutte contre les discriminations et les exclusions de toutes sortes.

La société ne diffuse pas de programmes susceptibles de nuire à l'épanouissement physique, mental ou moral des mineurs. A ce titre, la société s'abstient de diffuser des images comprenant des scènes de pornographie et de

montrer le spectacle de la violence pour la violence.

La société veille à ne montrer qu'avec retenue et sans dramatisation complaisante la souffrance, le désarroi ou l'exclusion et à accompagner d'un avertissement au public toute reconstitution ou scénarisation de faits réels. Elle s'interdit toute présentation partielle des faits. La société s'abstient de solliciter le témoignage de mineurs placés dans des conditions difficiles dans leur vie privée, à moins d'assurer une protection totale de leur identité par un procédé technique approprié et de recueillir l'assentiment du mineur ainsi que le consentement d'au moins l'une des personnes exerçant l'autorité parentale.

Elle met en oeuvre le dispositif relatif à la protection du jeune public, notamment la classification des programmes et la signalétique, défini en accord avec le Conseil supérieur de l'audiovisuel.

Article 4

A l'exception des messages publicitaires, la société adapte les programmes qu'elle diffuse à destination des personnes sourdes et malentendantes.

Le volume annuel de diffusion rendu accessible ainsi que les dérogations justifiées par les caractéristiques de certains programmes sont fixés dans le contrat d'objectifs et de moyens de la société France Télévisions.

Article 5

La société favorise la connaissance, la promotion et l'illustration de la langue française. Les personnes employées par la société intervenant à l'antenne sont tenues à un usage correct de la langue française. Elles s'abstiennent, notamment, d'utiliser des termes étrangers lorsqu'ils possèdent un équivalent en français.

Article 6

La société fait connaître ses programmes au plus tard dix-huit jours avant le premier jour de diffusion des programmes de la semaine concernée. Elle s'engage à ne plus les modifier dans un délai inférieur à quatorze jours par rapport au jour de diffusion, celui-ci inclus, sauf exigences liées aux événements sportifs et circonstances exceptionnelles :

- événement nouveau lié à l'actualité ;
- problème lié aux droits protégés par le code de la propriété intellectuelle ;
- décision de justice ;
- incident technique ;

- intérêt manifeste pour le public décidé après concertation entre les chaînes concertées ;
 - contre-performance d'audience significative des premiers numéros ou épisodes d'une série de programmes.
- La société respecte, sous réserve des contraintes inhérentes à la diffusion d'émissions en direct, lors de la diffusion de ses émissions, les horaires de programmation préalablement annoncés dans les conditions fixées à l'alinéa précédent.

Article 7

La société assure la promotion des programmes de France 2, France 3, France 5 et diffuse de brèves séquences présentant les programmes d'Arte. Elle diffuse également gratuitement et quotidiennement des séquences produites par la société Radio France, à des heures et pour une durée choisies d'un commun accord.

Article 8

La société peut conclure avec l'Etat, des organismes publics et privés, des entreprises et des collectivités locales, toutes conventions utiles à l'accomplissement de ses missions.

Article 9

En cas de cessation concertée du travail, la société assure la continuité du service dans les conditions fixées par la législation et la réglementation.

Chapitre II

Obligations relatives aux programmes

Article 10

La société s'attache à mettre en valeur les différents genres de la création audiovisuelle française et européenne, notamment dans le domaine des spectacles vivants, de la fiction, du documentaire et de l'animation. Elle développe une politique originale dans le domaine des magazines. Elle constitue en outre un lieu d'expression pour les jeunes artistes et les créateurs et privilégie le direct.

Article 11

La société rend compte des différentes formes d'expression culturelle et artistique. La société diffuse des spectacles vivants, en

particulier dans le domaine de la musique et du théâtre. Le nombre annuel minimum de ces spectacles vivants, qui ne peut être inférieur à cinquante, est fixé par le conseil d'administration de la société. La société diffuse régulièrement des émissions à caractère musical dont le volume horaire mensuel, qui ne peut être inférieur à quatre heures, est fixé par le conseil d'administration de la société. Le contenu de ces émissions doit permettre de faire connaître aux téléspectateurs les divers genres musicaux, de rendre compte de l'actualité musicale et de promouvoir les nouveaux talents. La société donne une place majoritaire à la chanson d'expression francophone. Elle présente les nouveaux talents et leur permet d'interpréter leur propre répertoire. Elle veille à illustrer toutes les formes d'expression de la musique vivante en ouvrant largement ses programmes aux retransmissions de spectacles publics présentés en France. Elle diffuse des rendez-vous d'information et des magazines sur l'actualité culturelle et artistique, les spectacles et festivals ainsi que les loisirs.

Article 12

Dans le domaine cinématographique, la société propose une programmation diversifiée et rend compte de l'actualité cinématographique.

Article 13

La société diffuse, en complémentarité avec les autres sociétés du groupe France Télévisions, des programmes destinés à la jeunesse. Ces programmes contribuent à la lutte contre les discriminations et s'efforcent de promouvoir les valeurs d'intégration et de civisme qui favorisent notamment l'accès des jeunes à la citoyenneté.

Article 14

La société veille à la complémentarité de sa programmation avec celles de France 2, France 3, France 5 et Réseau France outre-mer. Elle rediffuse, dans le respect de la réglementation en vigueur, une sélection des programmes de ces chaînes pour leur assurer une nouvelle exposition permettant d'atteindre le public le plus large. La société veille à la complémentarité de sa programmation avec celle de la chaîne Arte et entreprend toute coopération utile avec la société Arte-France en matière de politique de coproduction et d'acquisition de droits de diffusion. Elle peut rediffuser, dans le respect de la réglementation en vigueur et après accord de la société Arte-France, des programmes diffusés

par la chaîne Arte.

Article 15

La société diffuse gratuitement au moins douze messages de la grande cause nationale agréée annuellement par le Gouvernement.

Article 16

La société assure à tout moment la réalisation et la programmation des déclarations et des communications du Gouvernement, sans limitation de durée et à titre gratuit. Elle met en oeuvre le droit de réplique suivant les modalités fixées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel.

Article 17

La société diffuse les émissions relatives aux consultations électorales pour lesquelles une campagne officielle radiotélévisée est prévue par les textes législatifs et réglementaires en vigueur, en respectant les règles définies par le Conseil supérieur de l'audiovisuel. L'Etat rembourse les frais de production et de diffusion occasionnés par ces émissions.

Article 18

La société contribue à la lutte contre les discriminations et les exclusions. Dans ce cadre, la société diffuse des émissions qui, notamment par les informations pratiques qu'elles comportent, s'efforcent de favoriser l'intégration des populations étrangères vivant en France.

Article 19

La société diffuse, à une heure d'écoute appropriée, des messages réalisés par la délégation à la sécurité routière, selon des modalités fixées en concertation. Avant de programmer ces émissions, la société peut procéder à leur visionnage et refuser leur passage à l'antenne. Les frais occasionnés par ces émissions sont pris en charge par la délégation à la sécurité routière. Ces messages pourront se voir substituer tout autre type d'émissions portant sur le thème de la sécurité routière et conçues dans les conditions convenues avec la délégation à la sécurité routière.

Article 20

La société diffuse, à une heure d'écoute favorable, des émissions hebdomadaires destinées à l'information du consommateur et réalisées par l'Institut national de la consommation.

Le ministre chargé de la consommation veille à l'équité de la répartition du temps d'antenne entre les organismes de défense des consommateurs. Leur durée hebdomadaire ne peut être inférieure à dix minutes en moyenne sur l'année.

Elles font l'objet d'une convention pluriannuelle entre la société et l'Institut national de la consommation. Les frais exposés par la société pour la programmation et la diffusion de ces émissions lui sont remboursés par l'Institut national de la consommation. Avant de diffuser ces émissions, la société peut procéder à leur visionnage et refuser, le cas échéant, leur passage à l'antenne.

Article 21

La société développe, dans le cadre de ses missions, de nouveaux services permettant sur les différents supports de la communication audiovisuelle de prolonger, de compléter et d'enrichir son offre de programmes. Les émissions comportant des informations pratiques sur les sujets traités et des références bibliographiques ou des renvois à des documents de toute nature permettant aux téléspectateurs de compléter leurs informations. La société veille à leur qualité. La société assure la promotion et la diffusion des services et des produits qui complètent ses programmes télévisés dans le respect de la réglementation et de recommandations du Conseil supérieur de l'audiovisuel. La société peut concourir au développement et à la diffusion de produits interactifs sur des supports multimédias.

Article 22

Le conseil d'administration de la société est régulièrement consulté sur la politique de programmation et sur les modifications substantielles de la grille de programmes afin qu'il puisse s'assurer de la conformité de celle-ci avec les obligations du présent cahier des charges.

Chapitre III Dispositions relatives à la production et à la diffusion d'oeuvres cinématographiques et audiovisuelles

Article 23

La société diffuse chaque année moins de 52 oeuvres cinématographiques différentes de longue durée et le nombre total de diffusions et de rediffusions de toute nature de ces oeuvres n'excède pas 104. La société n'est pas soumise aux obligations d'investissement dans la production d'oeuvres cinématographiques prévues au chapitre Ier du titre Ier du décret n° 2001-1333 du 28 décembre 2001 pris pour l'application des articles 27, 70 et 71 de la loi du 30 septembre 1986 précitée et fixant les principes généraux concernant la diffusion des services autres que radiophoniques par voie hertzienne terrestre en mode numérique.

Article 24

Le conseil d'administration de la société peut toutefois, par décision dont il informe le Conseil supérieur de l'audiovisuel, fixer pour l'exercice suivant celui au cours duquel intervient sa décision la diffusion d'un nombre d'oeuvres cinématographiques supérieur à celui mentionné au premier alinéa de l'article 23. La société est alors soumise aux obligations d'investissement dans la production d'oeuvres cinématographiques prévues au chapitre Ier du titre Ier du décret n° 2001-1333 du 28 décembre 2001 précité, le troisième alinéa de son article 4 excepté.

Article 25

I. - La société consacre annuellement au moins 20 % de son temps de diffusion à des oeuvres audiovisuelles. Les obligations d'investissement de la société dans la production d'oeuvres audiovisuelles obéissent aux dispositions du chapitre II du titre Ier du décret n° 2001-1333 du 28 décembre 2001 pris pour l'application des articles 27, 70 et 71 de la loi du 30 septembre 1986 précitée et fixant les principes généraux concernant la diffusion des services autres que radiophoniques par voie hertzienne terrestre en mode numérique.

II. - Chaque année, la société consacre à des dépenses contribuant au développement de la production d'oeuvres audiovisuelles d'expression originale française, au sens de l'article 10 du décret précité, une somme correspondant au moins aux pourcentages

suivants du chiffre d'affaires net de l'exercice précédent au sens du II de l'article 2 du décret précité du 28 décembre 2001 :

- première année : 14 % ;
- deuxième année : 14 % ;
- troisième année : 16 % ;
- à partir de la quatrième année : 18 %.

Les sommes consacrées au spectacle vivant représentent au moins 25 % de ces dépenses.

III. - Tant que le chiffre d'affaires annuel net de l'exercice précédent, tous supports confondus, est inférieur à 150 MEUR, peuvent être prises en compte au titre des obligations prévues au premier alinéa du II du présent article les dépenses consacrées à des oeuvres européennes, dans la limite de 25 %.

IV. - La société s'engage à consacrer au moins un tiers de l'obligation fixée au premier alinéa du II du présent article à des dépenses consacrées à la production d'oeuvres audiovisuelles inédites, dans les conditions prévues à l'article 11 du décret précité du 28 décembre 2001.

V. - Au moins deux tiers des dépenses prévues au premier alinéa du II du présent article sont consacrées au développement de la production d'oeuvres audiovisuelles indépendantes, selon les critères mentionnés à l'article 12 du décret précité du 28 décembre 2001.

VI. - La société diffuse des oeuvres européennes ou d'expression originale française qui n'ont pas été précédemment diffusées et dont la diffusion commence entre 20 heures et 21 heures dans les conditions suivantes :

- lorsque son chiffre d'affaires annuel est au moins égal à 75 millions d'euros, 20 heures ;
- lorsque son chiffre d'affaires annuel est au moins égal à 90 millions d'euros, 40 heures ;
- lorsque son chiffre d'affaires annuel est au moins égal à 105 millions d'euros, 60 heures ;
- lorsque son chiffre d'affaires annuel est au moins égal à 120 millions d'euros, 80 heures ;
- lorsque son chiffre d'affaires annuel est au moins égal à 135 millions d'euros, 100 heures ;
- lorsque son chiffre d'affaires annuel est supérieur ou égal à 150 millions d'euros, 120 heures.

Article 26

Les proportions de diffusion d'oeuvres audiovisuelles européennes et d'expression originale française fixées au I de l'article 13 du décret n° 90-66 du 17 janvier 1990 sont également respectées aux heures de grande écoute, soit entre 14 heures et 23 heures le mercredi et entre 18 heures et 23 heures les autres jours.

Article 27

La société assure l'égalité de traitement entre les producteurs d'oeuvres audiovisuelles et

favorise la libre concurrence dans le secteur de la production.

Les contrats que la société conclut en vue de l'acquisition de droits de diffusion comportent la valorisation de chaque droit acquis, individualisant le nombre de passages, leur durée de détention et les territoires concernés. Cette obligation ne porte pas sur les contrats d'acquisition de droits de diffusion de vidéomusiques.

Chapitre IV

Dispositions relatives à la publicité et au parrainage

Article 28

Sous réserve de l'article 17, il est interdit à la société de diffuser des émissions ou des messages publicitaires produits par ou pour des partis politiques, des organisations syndicales ou professionnelles, des familles de pensée politiques, philosophiques ou religieuses, qu'ils donnent lieu ou non à des paiements au profit de la société.

Article 29

Le temps consacré à la diffusion de messages publicitaires ne peut être supérieur à six minutes par heure d'antenne en moyenne quotidienne, sans pouvoir dépasser huit minutes pour une heure donnée. Chaque séquence de messages publicitaires est limitée à quatre minutes.

Article 30

La programmation des messages publicitaires doit être conforme au décret n° 92-280 du 27 mars 1992 sous les réserves suivantes. Les messages publicitaires sont insérés entre les émissions.

Par dérogation à l'alinéa précédent :

- les émissions qui assurent la retransmission de compétitions sportives comportant des intervalles peuvent être interrompues par des messages publicitaires, à la condition que ceux-ci soient diffusés dans ces intervalles et qu'ils n'en excèdent pas la durée ;
- les émissions autres que les oeuvres audiovisuelles, au sens du décret n° 90-66 du 17 janvier 1990 modifié, peuvent, après autorisation délivrée par le Conseil supérieur de l'audiovisuel et lorsqu'elles sont diffusées avant 20 heures, faire l'objet d'interruptions par des messages publicitaires si elles sont composées de parties autonomes identifiées et séparées par des éléments visuels et sonores.

Article 31

Le montant des recettes provenant d'un même annonceur, quel que soit le nombre de ses produits ou services, ne peut excéder 12 % des recettes que la société perçoit au titre de la publicité pour les deux premières années et 8 % à compter de la troisième année.

Article 32

Les tarifs publicitaires sont arrêtés par la société qui rend publiques ses conditions générales de vente. Elle respecte les principes de transparence des tarifs et d'égalité d'accès des annonceurs.

Article 33

La société est autorisée à faire parrainer ses émissions dans les conditions prévues par le décret du 27 mars 1992 précité.

Article 34

La société ne diffuse pas d'émissions de téléachat.

Chapitre V Relations avec les autres organismes

Article 35

L'Institut national de l'audiovisuel assure, par convention conclue avec France 4, la conservation des archives audiovisuelles de la société et contribue à leur exploitation. La nature, les tarifs, les conditions financières des prestations documentaires et les modalités d'exploitation de ces archives sont fixés par cette convention. En outre, des conventions peuvent fixer les modalités de coopération entre l'institut et la société dans le domaine de la recherche et pour la formation des personnels de la société.

Article 36

La société cède gratuitement à la société Réseau France outre-mer (RFO) les droits de reproduction et de représentation concernant tout ou partie des émissions qu'elle diffuse, à l'exception de celles préalablement diffusées sur

France 2, France 3 ou France 5. Ces extraits d'émission et ces émissions sont choisis par la société RFO et destinés à la confection et à la diffusion de ses programmes en outre-mer. La société RFO fait son affaire des réclamations et des frais, y compris les droits d'auteur et droits voisins, que pourrait entraîner toute autre utilisation que celles prévues au présent article des émissions ou des extraits d'émissions cédés.

La société convient avec RFO des conditions dans lesquelles sont produites des émissions destinées à être intégrées dans ses programmes à des heures d'écoute favorable et rendant compte de la vie artistique et culturelle dans les départements et territoires d'outre-mer.

Article 37

Dans la mesure où elle détient les droits correspondants, la société met gratuitement à disposition de la société Radio France internationale qui les choisit :

- des extraits sonores d'émissions d'actualité ;
- des éléments sonores de toute autre émission déjà diffusée dans ses programmes.

Dans la limite de la responsabilité susceptible de lui incomber, Radio France internationale fait son affaire des réclamations et des frais, y compris les droits d'auteur et droits voisins, que pourrait entraîner l'utilisation des émissions ou des extraits d'émissions que lui met à disposition la société dans les conditions prévues au présent article.

Chapitre VI Action audiovisuelle extérieure et promotion de la francophonie

Article 38

La société fournit, en accord avec les ministères chargés de la communication, des affaires étrangères et de la coopération, les personnels nécessaires pour remplir des missions d'assistance technique. La société est remboursée, s'il y a lieu, par les départements ministériels intéressés, de toutes les dépenses qu'elle engage à ce titre. Les personnels mentionnés au premier alinéa sont réintégrés dans la société selon des modalités définies par la convention collective de la communication et de la production audiovisuelle.

Article 39

Outre le ministre chargé de la communication, sont consultés préalablement les ministres des

affaires étrangères et de la coopération, chaque fois qu'une action internationale de la société peut avoir des incidences sur la politique générale de coopération ou sur la politique audiovisuelle extérieure ou entraîner des conséquences financières qui ne seraient pas prises en charge par la société. La société fait figurer, autant que possible, dans les contrats d'achat de droits et de coproduction qu'elle passe avec les sociétés françaises ou étrangères des clauses sur les modalités de distribution et de diffusion des programmes à l'étranger.

Article 40

Dans la mesure où elle détient les droits correspondants, la société met gratuitement à la disposition du ou des organismes chargés par le Gouvernement de la distribution culturelle internationale les droits de diffusion des programmes qui leur sont nécessaires dans les pays qui bénéficient d'un régime de distribution culturelle dont la liste est arrêtée d'un commun accord par les ministères concernés. Cette disposition n'est pas applicable lorsque ces programmes font l'objet d'une cession commerciale dans les pays en cause. Toutefois, en l'absence de commercialisation à l'étranger dans un délai de deux ans après leur diffusion nationale, les programmes pour lesquels la société détient les droits sont mis gratuitement, pour une période maximale d'un an, à la disposition du ou des opérateurs chargés de la distribution culturelle. En tout état de cause, les organismes dont il s'agit rémunèrent les ayants droit.

La société est régulièrement informée par le ou les organismes visés au premier alinéa des actions de distribution culturelle des programmes qui lui ont été confiés à cette fin.

Article 41

Dans la mesure où elle détient les droits correspondants, la société met à la disposition de TV 5 des émissions ou extraits d'émissions déjà diffusés dans ses programmes. Les modalités de cette obligation sont fixées par des accords conclus avec cet organisme.

Article 42

La société adhère à la communauté des télévisions francophones dans les conditions prévues par les statuts de cette organisation. Elle tend à promouvoir les échanges et la production commune de programmes avec les organismes de télévision des autres pays francophones membres de la communauté.

Chapitre VII Obligations relatives aux impératifs de la défense nationale et de la sécurité publique

Article 43

La société met en oeuvre les mesures arrêtées par le Premier ministre ou les ministres compétents pour l'application des textes relatifs à la défense nationale et la sécurité de la population.

Article 44

La société recourt à tout prestataire technique lui permettant d'assurer la diffusion de ses programmes par voie hertzienne terrestre en mode numérique dans des conditions techniques garantissant la continuité et la qualité du service fourni aux usagers et de respecter ses missions de service public.

Article 45

Pour la diffusion de ses programmes par voie hertzienne terrestre en mode numérique, la société France 4 veille à ce que la société chargée de faire assurer les opérations techniques nécessaires à la transmission et à la diffusion auprès du public de ses programmes en vertu de l'article 30-2 de la loi du 30 septembre 1986 prenne les dispositions nécessaires au respect des dispositions du présent chapitre.

Chapitre VIII Contrôle du respect des dispositions du cahier des charges

Article 46

La société adresse chaque année, avant le 30 avril, au ministre chargé de la communication et au Conseil supérieur de l'audiovisuel un rapport sur l'exécution du présent cahier des charges.

Article 47

La société communique au Conseil supérieur de l'audiovisuel toutes les informations que ce dernier juge nécessaires pour s'assurer qu'elle respecte ses obligations légales et réglementaires ainsi que celles résultant du présent cahier des charges.

A cette fin, la société conserve trois mois au moins un enregistrement des émissions qu'elle diffuse ainsi que les conducteurs de programmes correspondants.