

L'an dernier à cette même place je relevais certaines expressions de l'Annuaire 2004 : défis, chances, innovations, synergies, effort collectif, stratégies et même bataille.

L'UER était bien décidée à se faire entendre dans le tumulte de l'audiovisuel européen.

Et elle l'a fait car, à la lecture des contributions 2005 des uns et des autres, le bilan proposé est positif, les défis relevés, les missions remplies. Reste des épreuves à venir, en particulier, relève le président Wessberg, dans les droits sportifs.

Mais l'optimisme est résolument au rendez vous.

La radio publique est bien armée pour affronter le futur. La télévision dépasse ses objectifs. Eurovision Opérations souligne ses «plus» et des innovations face à une concurrence très active. Ce n'est pas parce que l'Europe a accueilli 10 nouveaux États membres en 2004 que les juristes maison se retrouvent au chômage ! Il suffit de demander le menu de l'année pour être convaincu du contraire. Enfin, le technique s'attaque à l'universel : tout un programme !

Bonne lecture.

*Patrick Jaquin
Rédacteur en chef*

Rédacteur en chef : *Patrick Jaquin*
+41 (0)22 717 2033
jaquin@ebu.ch
Assistante : *Françoise Davies*
Mise en pages : *Philippe Juttens*

Imprimé en France, Before, Paris

Published in English as EBU Yearbook 2005.

L'Annuaire UER est disponible sur le site Web : www.ebu.ch, sous la rubrique "publications".

La reproduction des articles est autorisée si mention de la source.
© Union européenne de radio-télévision 2005

Nouveaux paris <i>Arne Wessberg, président de l'UER</i>	2
Aller de l'avant <i>Jean Réveillon, secrétaire général</i>	4
Le futur, c'est aujourd'hui <i>Raina Konstantinova, directrice du département radio</i>	6
Nous combattons avec vous... <i>Bjørn Erichsen, directeur du département télévision</i>	10
En avant ! <i>Stefan Kürten, directeur du département Eurovision Opérations</i>	16
Les transmissions en chiffres	23
L'avenir de l'universalité <i>Phillip Laven, directeur du département technique</i>	26
Activités juridiques <i>Werner Rumphorst, directeur du département juridique</i>	30
Toujours apprendre <i>Julian Ekiert, administrateur financier</i>	32
Participants agréés	34
Les sites Internet des Membres	38
Le conseil d'administration, les unions sœurs, les adresses	42

Nouveaux

paris

Arne Wessberg
Président de l'UER



En 2004, l'UER et ses Membres ont dû relever un grand nombre de défis, mettant en lumière les difficultés rencontrées par les radiodiffuseurs publics pour remplir leur mission. En effet, différents éléments de leurs activités évoluent en parallèle (structures organisationnelles, plateformes technologiques, principes de

politique générale, comportements sociaux, dynamique du marché, valeur du produit, etc.), ce qui complique considérablement leur tâche.

L'UER poursuit son étroite collaboration avec ses Membres, afin de définir des solutions pouvant lui

permettre de surmonter efficacement les épreuves auxquelles elle est confrontée, solutions qui doivent également pouvoir profiter à l'ensemble des Membres. Cela étant, il convient de reconnaître les besoins et les intérêts de chacun d'eux, le rythme de développement pouvant varier considérablement d'un pays à l'autre.

Principal défi pour l'UER : contrecarrer les efforts répétés et concertés fragilisant sa position dans les négociations des droits sportifs. Dans ce domaine, les Membres unissent leurs efforts pour acquérir les droits relatifs de différents types de contenus exploités sur une multitude de plateformes, particulièrement pour les nouveaux médias et les grands événements sportifs. Pour mieux comprendre la situation, il convient de rappeler les principales tendances dans l'audiovisuel dès le début des années quatre-vingt-dix.

La frénésie qui a saisi le secteur des médias et des télécommunications, et qui s'est traduite par un développement considérable des fusions par constitution de sociétés nouvelles, s'est accompagnée d'une tendance poussée à la convergence et d'un essor de la technologie numérique. Contre toute attente, ces opérations de fusion n'ont pas produit les résultats

escomptés par les investisseurs. À l'inverse, bon nombre de ces opérations de grande ampleur ont nui au marché. L'accélération des phénomènes d'intégration verticale et horizontale, de nature essentiellement transnationale et liée dans une large mesure à la mondialisation, a produit des résultats extrêmement contrastés et n'a bénéficié qu'à une minorité des acteurs économiques.

Dans ce contexte du marché européen des médias, qui dépend de la conjoncture économique, cette situation a servi de catalyseur aux hostilités lancées, de manière concertée, contre les organismes de radiodiffusion publics, en particulier au niveau de l'Union européenne. Plusieurs éléments attestent de cette offensive :

- le « Livre blanc » des partisans de la radiodiffusion commerciale, publié en mars 2004, préconise de limiter la portée de la mission confiée aux radiodiffuseurs publics. Les auteurs de ce document visent en réalité à limiter l'appui financier dont peuvent bénéficier les Membres ;
- certaines initiatives récentes témoignent de la volonté larvée d'empêcher les Membres d'unir leurs efforts dans le cadre des négociations relatives aux droits de radiodiffusion sur de grands événements sportifs, qui revêtent pourtant une importance considérable pour notre public, constitué de millions de téléspectateurs et d'auditeurs ; il est évident que les radiodiffuseurs commerciaux rencontrent, à cet égard, les mêmes difficultés que les médias de service public.

De nombreux défis se posent et nous nous employons avec diligence à les relever. Parmi ceux-ci ; la numérisation, la convergence, les concentrations, la remise en cause du mode de financement et de la mission des radiodiffuseurs de service public, les

nouvelles structures organisationnelles, la réduction des effectifs et les restructurations, le renforcement de la concurrence exercée par les grandes sociétés de médias, sans oublier le respect des spécificités propres à chaque Membre, spécificités qui ne doivent pas occulter la nécessité de défendre nos intérêts communs.

C'est toute une série d'obstacles qui se dressent sur notre chemin : nous devons développer des approches asymétriques pour les surmonter et faire en sorte que l'ensemble de nos Membres tirent profit de nos actions, sans pour autant que leurs caractéristiques propres soient négligées.

Nos efforts portent leurs fruits. Nos programmes sont mis à disposition sur un nombre croissant de plates-formes et nous continuons à tout mettre en œuvre pour satisfaire aux exigences des téléspectateurs et auditeurs et, plus généralement, des utilisateurs des services de médias. Nos Membres s'emploient avec succès à développer des méthodes d'évaluation des performances et à mettre au point des outils d'analyse des résultats obtenus. Nous poursuivons les négociations engagées avec les autorités européennes et, bien que la partie soit difficile, nous continuons à défendre nos droits fondamentaux, car notre mission nous impose d'assurer certains services et de déployer les efforts nécessaires pour les rendre accessibles au plus grand nombre.

En 2005, nous devons continuer à tout faire pour gagner des défis difficiles. Nous connaissons avec précision la valeur des droits de radiodiffusion pour chaque pays, mais il nous faut désormais mieux comprendre la manière dont sera calculé le prix des droits sur les nouveaux médias et savoir à qui ces droits profiteront. De plus, des questions fondamentales se posent : de quels outils techniques et juridiques les organismes membres de l'UER

disposent-ils, dans leurs pays respectifs, pour exploiter ces droits ? Notre système prévoit que les Membres s'associent pour garantir les grands contrats sportifs : comment cette charge financière doit-elle être répartie, dans la mesure où les conditions d'exploitation des droits varient considérablement d'un pays à un autre ? Notre procédure d'acquisition présente des imperfections à corriger. Autre impératif : définir les points de repère et les lignes directrices de notre politique de gestion des droits sur les nouveaux médias, tant au niveau de l'UER qu'à l'échelle de nos Membres. Des questions qui soulèvent nombre de problèmes et se posent avec acuité dans le cadre des négociations relatives à l'utilisation du contenu dans les nouveaux médias, notamment pour les Jeux olympiques de 2010 et 2012.

Vous savez, chers collègues, à quel point ces questions sont pressantes. Nous mettons tout en œuvre pour défendre la radiodiffusion de service public auprès des autorités européennes de la concurrence. Plus généralement, nous faisons également valoir que les Membres doivent être en mesure d'acquiescer les droits concernés, afin de les exploiter ou de proposer des sous-licences de ceux-ci. Nous devons continuer à déployer les efforts nécessaires et à prendre des mesures ciblées pour faire valoir le rôle important, pour ne pas dire fondamental, non seulement au niveau national, mais également à l'échelle mondiale, des médias de service public. Cela est d'autant plus vrai à une époque où l'on tente de construire une société de l'information et de la connaissance d'envergure véritablement européenne. La technologie large bande connaît un essor rapide, avec des conséquences inévitables, à tout le moins momentanées, sur les modes d'exploitation du contenu et sur le rôle de contrôleur d'accès, appelé à évoluer dans un sens favorable à l'intérêt général.

Aller de l'avant

Jean Réveillon
Secrétaire général



Bonne nouvelle!

Enquêtes, sondages et perceptions diverses à l'appui confirment que l'idée d'un audiovisuel public moderne continue de gagner du terrain. Et que dans de nombreux pays, ce service public-là grignote peu à peu de l'audience ou dans certains cas en gagne franchement. En fait, le virage est pris : les auditeurs, les téléspectateurs, en un mot les citoyens, ont compris l'importance de préserver les valeurs qui rendent la vie en société plus citoyenne, plus responsable, plus constructive, mais aussi plaisante et agréable : les valeurs fondamentales telles que le pluralisme de l'information, l'intégration des minorités, la cohésion sociale ; les valeurs essentielles telles que la protection de la jeunesse, la diversité culturelle et bien d'autres.

Chacun perçoit de mieux en mieux que, dans cette société de l'information aux sources multiples, l'audiovisuel public joue un rôle incomparable, car il fonde ses programmes et ses programmations sur l'éthique, sur la qualité.

Pour autant, il n'est pas question bien évidemment de rejeter le secteur privé. Au contraire. C'est dans un système dual privé-public que l'audiovisuel s'exprime le mieux.

D'ailleurs, le secteur public n'a pas besoin d'une audience dominante. Un 60/40 en faveur du privé paraît harmonieux à beaucoup. À vrai dire, l'existence même de ce service public fort crée l'équilibre par la pression qu'il assure sur le secteur privé, amené à plus de vigilance. Dès lors, les citoyens en sont évidemment les bénéficiaires.

Mais attention... même si ce processus est en marche dans de nombreux pays des Membres de notre UER, tout ne va pas pour le mieux dans le meilleur des mondes. L'ensemble de nos Membres ne sont pas logés à la même enseigne. La perception parfois peu éclairée de certains gouvernants sur cette nécessité d'un service public fort, la puissance des lobbies du commerce... relayée parfois par les institutions font que les menaces continuent de peser.

On constate ici et là que des sanctions s'abattent sur tel ou tel dirigeant, sanctions prétextes destinées à retarder, à affaiblir. Ailleurs, c'est le financement qui est remis en question... Bref, les obstacles ne manquent pas.

Il faut donc combattre, encore et toujours, prouver, démontrer, faire preuve d'une force de conviction, d'une inébranlable énergie. C'est ainsi, et sans doute pour longtemps encore. Des victoires ici amèneront d'autres combats là...

On en appellerait presque à l'image du mythe de Sisyphe si l'objectif n'était pas aussi important, essentiel pour la société de demain. Et réalisable !

Telle est la mission de l'UER : aider ses Membres à défendre ici, à promouvoir là, à convaincre partout.

Activités de conseil, activités opérationnelles, tout cela poursuit un même dessein : donner de la force à nos Membres. Et pour ce faire il nous faut nous-mêmes à l'UER être solides, très solides.

Les services permanents que j'ai l'honneur de diriger doivent faire preuve d'un sens tout particulier de l'anticipation et d'une grande capacité

de réaction, soutenus qu'ils sont par une compétence élevée. Ils doivent manifester dans la cohérence et la solidarité une énergie sans faille au service d'une détermination quotidienne.

On imagine mal, vu de l'extérieur, l'exigence d'implication personnelle de chacun, le degré de responsabilité aussi.

Développement

Alors pas question de laisser retomber le soufflé. Et, pour entretenir le feu, il n'est qu'un mot qui vaille : développement.

Le développement est le moteur de l'action. Que l'on s'attende donc à trouver l'UER plus présente que jamais sur tous les terrains : évolution des réseaux, des technologies de transmission, ouverture aux nouveaux médias, coproductions, TVHD et radio, cette radio qui semble vivre avec ce siècle naissant une nouvelle jeunesse.

Face aux enjeux considérables de l'avenir dans ce monde en perpétuel mouvement, l'UER se doit plus que jamais d'être conquérante... Elle le sera !

Parcourez les pages de ce document ! Aux nouveaux paris évoqués par notre président, Arne Wessberg, à l'heure de la numérisation, de la convergence, à l'heure aussi où les phénomènes de concentration s'amplifient et où les nouvelles plateformes posent des questions spécifiques, les responsables des départements de l'UER proposent des réponses.

Et le champ est vaste : de la réflexion poussée de notre directeur technique, Phil Laven, sur la meilleure manière de conforter la distribution universelle, l'un des principes de base du service public, à la progression complexe des questions juridiques dans le cadre de la nouvelle politique européenne, traitées par Werner

Rumphorst, en passant par l'évolution des méthodes de gestion adoptées par les chaînes soulignées ici par Julian Ekiert, tout cela confirme le besoin permanent d'adaptation, d'évolution, pour que l'activité de production et de diffusion de nos Membres s'appuie sur des bases solides.

Ici entrent en jeu nos départements radio, télévision et notre grand secteur des opérations.

Suivez Raina Konstantinova dans sa démonstration prouvant, exemple britannique à l'appui, que «la radio est le fer de lance de la convergence» et que la confiance envers les radios publiques est immense.

Accompagnez Bjørn Erichsen dans ses projets de partage des formats, de coproductions télévisuelles, dans le concours Eurovision de la chanson, que la victoire de Rustlana en 2004 a propulsé à Kiev au cœur de cette période si importante pour l'Ukraine. Suivez-le dans les collections de documentaires, de fictions, en passant par les productions pour la jeunesse. Essentielle, la jeunesse ! L'audiovisuel public se doit d'y être extrêmement attentif. Notre Eurovision apporte une contribution active par la coproduction d'animations de qualité, par l'échange entre les chaînes de meilleurs programmes, par la mise en place d'événements spéciaux susceptibles de distinguer les vrais jeunes talents.

Percevez, enfin, la pertinence du secteur opérations, celui qui au quotidien assure la circulation des images d'actualité et de sport. Stefan Kürten détaille l'activité, mais aussi les formidables projets, au cœur d'une année déjà très fournie abordée en Asie sous le signe du terrible tsunami, poursuivie avec le Vatican, avec dans des registres très divers Auschwitz, Monte-Carlo, Windsor, Bagdad, les rencontres du G8, les élections, les référendums, mais également, au jour le jour ici et là, tout ce qui donne sang à la vie du monde.

Pour réagir immédiatement aux événements imprévus et permettre aux journalistes d'agir dans les meilleures conditions, pour améliorer sans cesse la qualité des images et des sons, pour répondre à la demande des Membres, et aussi des non-membres, qui font confiance de longue date à l'Eurovision, il convient d'améliorer sans cesse le réseau de transport, terrestre, satellite, fibre et les techniques nouvelles. C'est l'objet d'une réflexion permanente d'un secteur très dynamique en ce domaine.

Le sport contribue à cette vitalité. L'Eurovision permet de donner à tous les pays des membres de l'UER, donc à tous les citoyens, l'accès gratuit aux images du sport. Or, le sport, élément de cohésion reconnu par tous, ne peut, ne doit pas être réservé à une partie des populations. Ici plus qu'ailleurs le concept d'universalité de la diffusion doit s'imposer. L'Eurovision s'y attache, favorisant notamment la diffusion des sports olympiques, qui sans elle n'aurait pas, entre les Jeux, le même accès. Cette Eurovision / Sport souvent attaquée, mise en cause par les marchands, doit être préservée. L'abîmer serait une faute commise à l'égard de la société, celle notamment des pays émergeant à la démocratie, qui plus que d'autres ont besoin de ce lien extrêmement fort capable de renforcer l'intégration et, répétons-le, la cohésion.

C'est l'un de nos credos. Nous désirons aussi favoriser le dialogue entre les peuples, voire les civilisations. L'UER est européenne, mais aussi méditerranéenne. Elle couvre le Maghreb, le Proche-Orient, une partie du Moyen-Orient. Elle est donc en situation, comme elle l'a fait en accueillant voilà douze ans les pays de l'Est, de contribuer à établir un flux permanent de programmes, mais aussi de concepts, d'idées, entre les deux rives de la Méditerranée. Pour cette mission comme pour les autres, l'UER saura aller de l'avant !

Futur

Raina Konstantinova

Directrice du département radio



montre, chiffres à l'appui, que la radio publique en Europe a toujours eu le dynamisme nécessaire pour réagir aux mutations technologiques, aux pressions de la déréglementation et à la concurrence commerciale. Il prouve que les radiodiffuseurs de service public de toute l'Europe ont su relever ces défis en adaptant leurs formats, en développant la distribution de leurs programmes sur de nouvelles plates-formes et en restant proches de leurs publics où qu'ils soient».

En décembre 2004, le département radio de l'UER et le service d'information stratégique ont publié (en anglais seulement) sous le titre «Public Radio in Europe 2004 – Market Developments, Audience Trends, Channel Profiles»* une mise à jour de l'étude sur la radio réalisée en 2003. Accueillie avec enthousiasme par les Membres comme un tour d'horizon complet de l'évolution et des tendances de la radio en Europe, cette étude est pour les responsables de la radio publique un précieux outil d'aide à la prise de décisions à moyen et long terme.

En outre, ce projet commun de l'UER a confirmé que la radio publique en Europe est bien armée pour affronter l'avenir. Comme le soulignent les remarques liminaires, «ce rapport

Toute l'équipe du SIS et son responsable, Alexander Shulzycki, méritent la reconnaissance des Membres radio de l'Union pour leur professionnalisme et l'excellente qualité de leur travail. Fait révélateur, une autre étude approfondie publiée au même moment par l'Ofcom britannique sous le titre «Radio: Preparing for the future» («Radio : préparer l'avenir») corrobore de façon éclatante les conclusions de l'étude du SIS.

Analysant le paysage radiophonique en Grande-Bretagne, le document conclut : «*Le moyen de radiodiffusion le plus ancien, la radio, est un média dynamique qui connaît un succès grandissant. Les auditeurs écoutent davantage de stations et y consacrent plus de temps qu'il y a cinq ans. La*

radio est aussi le fer de lance de la convergence. Le public n'écoute pas seulement la radio au moyen des récepteurs traditionnels, mais de plus en plus via la télévision numérique, la téléphonie mobile et Internet; qui plus est, les appareils de radio numérique donnent accès à des services de données et à des applications multimédia en nombre croissant.»

De plus, la radio numérique, DAB, affiche un énorme potentiel de croissance : fin 2004, le Royaume-Uni annonçait 1,2 million de récepteurs numériques vendus ; dans le même temps, les ventes d'appareils numériques enregistraient une progression spectaculaire de 350% au Danemark et de 500% en Belgique (chiffres communiqués par PURE Digital). Le succès de la radio numérique auprès des auditeurs est dû à l'amélioration considérable de la qualité du son, mais surtout à deux autres atouts : la multiplicité des choix et l'interactivité.

Ainsi, la radio est déjà entrée dans le futur avec un retour en force de la radiodiffusion électronique, qui se réinvente pour devenir un moyen de communication moderne et indispensable tout en conservant son charme d'antan et en bâtissant sur une solide tradition.

Les Membres radio de l'UER ont été à l'avant-garde de tous ces développements, menant en particulier une action spécifique pour soutenir la mission de la radiodiffusion de service public. Les études montrent que, malgré l'âpreté de la concurrence et la fragmentation de l'audience, les auditeurs accordent une immense confiance aux radios publiques.

Les chiffres parlent d'eux-mêmes: la part d'audience cumulée des grandes radios publiques atteint 86,1% en Allemagne (Rhénanie du Nord-Westphalie) ; 82% en Autriche ; 74% en Suède ; 78% en Belgique – Flandre ;

63,9% en Pologne ; 53,8% en Suisse ; 45% aux Pays-Bas ; 55,7% en Lituanie ; 39,6% au Royaume-Uni ; et 36,6% en France.

Il est également significatif de constater qu'une enquête effectuée en France en janvier 2005 sur la confiance accordée par les Français à la presse et aux médias révèle que la majorité des personnes interrogées (53%) considère la radio comme la source d'information la plus crédible.

Boom d'Euroradio

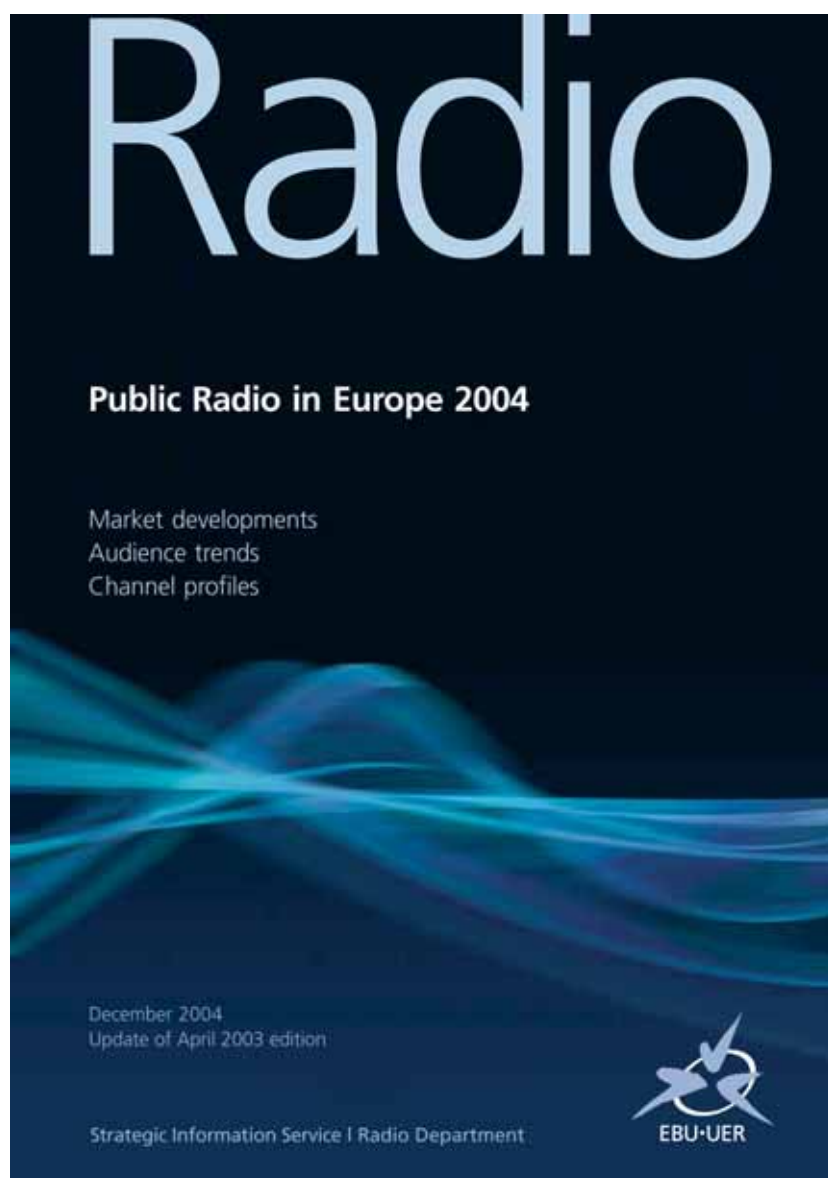
L'Euroradio, le label UER grâce auquel les auditeurs ont accès aux

programmes de radio européens, a connu le plus fort développement de son histoire.

La mise en place du projet XTradio, qui permet d'enregistrer et de distribuer les concerts sous forme de fichiers sonores informatisés, et l'installation de cinquante unités de réception MusiPOP ont techniquement révolutionné les échanges de concerts. Résultat : en 2004, les concerts offerts spontanément par les Membres ont fait l'objet de 2421 offres «roses» et les commandes de concerts par les Membres ont sensiblement augmenté, pour atteindre le chiffre de 24 793.

En 2004, le volume des transmissions par satellite a connu une hausse de 30%. Il y a eu en tout 906 offres de concerts provenant de festivals, tandis que les offres de concerts de jazz et de musiques du monde ont enregistré un boom considérable qui s'est traduit respectivement par 135% et 133% d'augmentation. Vitrine de la diversité culturelle, ces concerts réunissant les meilleurs talents européens sont diffusés en direct ou en différé par les radios publiques d'Europe, d'Amérique du Nord, d'Asie et d'Australie : LA preuve qu'Euroradio est aujourd'hui une plate-forme incontournable de musique de qualité pour ses 300 millions d'auditeurs potentiels.

Par ailleurs, les échanges de programmes musicaux dans le cadre de l'Union suscitent un intérêt croissant au-delà des frontières de l'Europe. Lors de l'assemblée générale 2004 à Saint-Petersbourg, la MPR (Minnesota Public Radio), la radio publique de l'État américain du Minnesota, a été admise au sein de l'UER avec le statut de Membre associé. En février 2005, le groupe de programmes musique s'est réuni pour la première fois à Washington, à l'invitation de la NPR (National Public Radio). Quant aux producteurs de jazz, ils ont tenu, à Montréal, une réunion très fructueuse à l'invitation de Radio





Canada, ponctuée de concerts publics des jeunes espoirs de l'Orchestre de jazz UER européen des jeunes.

Eurosonic

Eurosonic, partenariat privilégié formé par les Membres radio pour soutenir et promouvoir la musique pop contemporaine, fait souffler un vent nouveau sur la scène musicale européenne. Le festival Eurosonic de Groningue, aux Pays-Bas, connaît toujours plus d'ampleur et d'intérêt auprès des artistes. En janvier 2005, vingt-sept jeunes musiciens parrainés par vingt-trois radios membres ont fait vibrer la ville pendant deux jours sur huit scènes gigantesques, face à un vaste public de jeunes venus de toute l'Europe.

La musique pop est un secteur très concurrentiel pour les radiodiffuseurs. Nous sommes donc d'autant plus fiers de compter parmi les membres du réseau Eurosonic et ses auditeurs tous les grands noms des chaînes musicales en Europe. En 2004, les offres de musique pop du réseau Eurosonic ont augmenté de 13% et les commandes de 9%.

2004 a été une année remarquable pour deux autres secteurs d'activité essentiels : les documentaires et la radio locale et régionale.

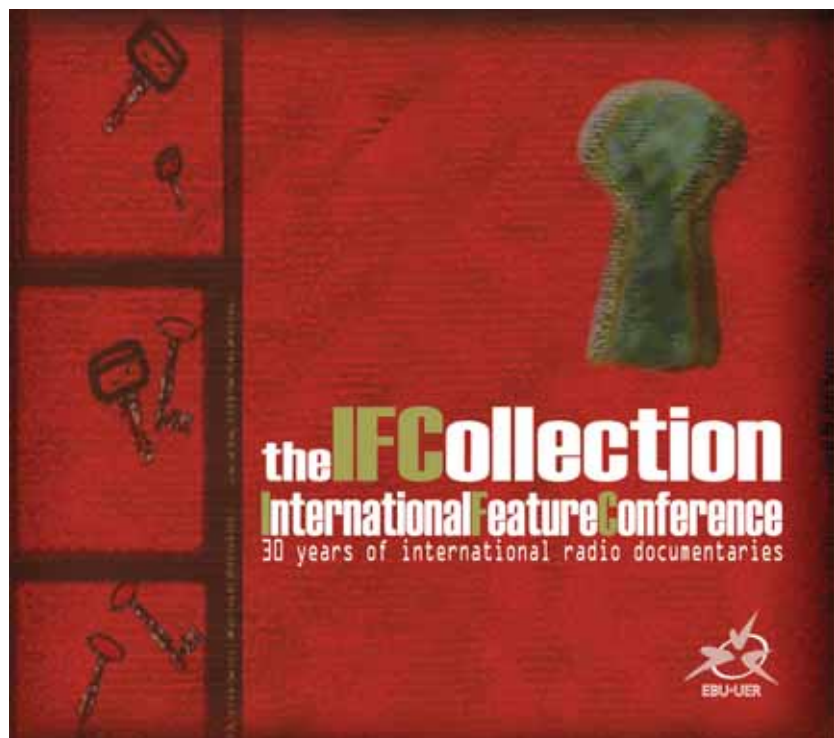
Un coffret de six CD réunissant les meilleurs documentaires a été produit à l'occasion du trentième anniversaire de la Conférence internationale sur les documentaires radio. Véritable

événement dans le monde de la radio, cette contribution exceptionnelle de l'UER vient enrichir les trésors sonores que sont les archives des Membres. En concentrant son activité sur des projets concrets, le secteur de la radio locale et régionale a aidé les deux tiers des radios publiques européennes à se rapprocher des communautés locales et ethniques.

Le secteur sport et actualités radio a continué à coordonner sur place la couverture de tous les événements dont nos Membres souhaitaient bénéficier. La vaillante petite équipe de trois personnes a organisé avec succès la couverture de tous les sommets et grands événements européens, en plus du sommet du G8 en Géorgie, des conventions politiques et de l'élection présidentielle aux États-Unis, de la Conférence internationale sur le sida à Bangkok, des commémorations d'Auschwitz, du Forum social mondial de Porto Alegre, sans oublier bien sûr l'Euro 2004 au Portugal et les Jeux olympiques d'Athènes. De leur côté, le groupe de programmes sport et actualités et le groupe de projets

radiodiffusion internationale se sont fixé un nouveau programme et de nouveaux objectifs pour fournir aux professionnels un cadre de discussion approprié et faciliter la collaboration entre les départements. Le résultat s'est traduit par une amélioration considérable de l'efficacité et de la qualité du service avec des bénéfices en hausse de 15%, quinze opérations sur site, quatre-vingt-neuf offres d'événements sportifs et quarante-neuf offres nouvelles.

À l'ordre du jour des deux grands forums de discussion de la radio, l'assemblée radio et la rencontre RNE, deux sujets sensibles : les programmes pour les jeunes et l'impact global de la radio publique. Organisée par Danmarks Radio, l'assemblée radio était associée à la célébration du 200^e anniversaire de la naissance du grand écrivain danois Hans Christian Andersen. Les débats organisés sur le thème des programmes pour les jeunes ont rassemblé des responsables et des producteurs expérimentés qui ont pu confronter leurs expériences dans l'un des secteurs les plus créatifs et les plus sensibles de la radio. La




Multimedia Meets Radio & TV 2005

EBU Geneva
22-24 March

Invitation & Preliminary Programmes

EBU Radio, Television and Technical Departments



rencontre RNE à Palma de Majorque confirme sa réputation d'instance de réflexion et de réservoir d'idées, acquise de longue date, en donnant la parole à des intervenants de premier plan dans le cadre de débats de haut niveau.

La radio à l'UER cherche maintenant à rester dans cette mouvance créative et à bâtir sur son acquis technologique. Ce média, certainement le plus diversifié qui soit sur le continent européen, sera confronté à des exigences nouvelles et devra relever des défis toujours plus importants.

La conférence annuelle *Multimedia Meets Radio* (Radio et multimédias) de mars 2005 s'est penchée sur un certain nombre de ces questions : DMB, podcasting, appareils de poche, spectre des fréquences à l'ère du numérique, et on pourrait en citer bien d'autres, comme les droits sportifs radio, la réglementation des normes numériques, les formats et la question omniprésente des contenus.

Avec la richesse créative et la détermination qui les caractérisent, les Membres radio ont tout pour bâtir leur avenir.

* *La radio publique en Europe en 2004 – évolution du marché, tendances en matière d'audience, profils des chaînes.*



Nous combat

Bjørn Erichsen

Directeur du département télévision



« C'est pourquoi, mes amis, tous les événements qui contribuent à l'intégration de l'Ukraine dans l'Europe sont importants et sacrés. À l'UER, vous réalisez des choses que les diplomates ne peuvent pas faire et ne feront pas. Nous combattons avec vous. » (Viktor Youchtchenko)

Cette phrase, prononcée par le nouveau président ukrainien pendant une réunion de préparation du prochain concours Eurovision de la chanson 2005 à Kiev avec le superviseur exécutif, Svante Stockselius, décrit parfaitement l'année 2004 du département télé.

En effet, en 2004, le département télévision n'a pas seulement dépassé nombre des objectifs fixés dans son rapport stratégique pour 2004-2007,

et noué ou renforcé des relations professionnelles solides avec ses Membres, ses partenaires, diverses institutions gouvernementales majeures comme la Commission européenne, de grandes multinationales comme *BT* et *Digame* de *Deutsche Telekom* et des agents commerciaux leaders dans leurs domaines, comme *T.E.A.M. Marketing* ou *Pixelpark AG*.

Pendant toute l'année, le département télévision a également prouvé son engagement envers une qualité mesurable des programmes qu'il coordonne et coproduit.

Plan stratégique

Le troisième plan stratégique 2004-2007 du département, qui en fixe les objectifs, a été approuvé par le comité télé et l'assemblée télé en avril 2004 et par l'assemblée générale en juillet. Il fixe seize objectifs à atteindre dans les trois ans.

En tout, soixante-deux projets, dont neuf en partie financés par le fonds de développement télé de l'UER, ont été gérés pendant l'année, offrant 1282 heures de programmes coproduits : 17% d'augmentation par rapport à 2003.

Le portefeuille de projets du département est consultable sur

www.ebu.ch/fr/television, modernisé dans le cadre de la révision de la stratégie commerciale du département, avec notamment une nouvelle identité offrant de nouveaux contenus, plates-formes d'information et matériels promotionnels, afin de mieux représenter ses unités et ses activités.

Le département télévision a également soutenu (et participé activement à) plusieurs séminaires destinés aux Membres, consacrés aux problèmes de programmation et de production. L'un des plus réussis, celui organisé en marge du prix Europa, à Berlin, en octobre 2004, sur les programmes religieux, a réuni sur deux jours plus de cent radiodiffuseurs, universitaires et hommes politiques de toute l'Europe. Le département a aussi participé à une formation destinée aux rédacteurs commanditaires, «Commissioning TV programmes in European Public Service Channels», organisé par UER formation internationale à Genève l'automne dernier. Plus de trente participants de treize Membres ont assisté à ce séminaire de deux jours, dont des rédacteurs commanditaires, des producteurs et des responsables des programmes.

Coproductions

Forte de sa devise «*L'Eurovision : produire les classiques de demain des*

vous...

tons avec

enfants», l'unité coproductions a lancé et produit deux grandes séries de dessins animés : *TOM* (26 x 26'; 16/9), pour les 4-à-9-ans, sortie au printemps 2004 au Mipcom, et *Pitt & Kantrop* (26 x 26'; 16/9), qui s'adresse aux 6-10-ans. Le financement de ces deux séries a été assuré par le groupe de garants composé de Membres, dont BBC, France 2 et 3, ORF, RAI, RTBF et VRT, SF-DRS, TSI et TSR, TVE, ARD sous la houlette de WDR et ZDF. *TOM* et *Pitt & Kantrop* ont rencontré un tel succès qu'à la fin de l'année 2004 le groupe de garants s'est engagé à financer la production de treize autres épisodes de chaque série.

En fait, *TOM* a vu le jour depuis quelque temps déjà, mais le nombre total d'heures de cette grande série de dessins animés équivaut à huit films long métrage. La série est arrivée sur les écrans européens au printemps 2004. Aujourd'hui, la société de production, Cromosoma (Espagne), la commercialise dans le monde entier. Afin d'élargir son public, tant de jeunes que de radiodiffuseurs, des produits multimédias en ont été tirés, en particulier cinquante-deux «épisodes Web» d'une minute et demie, ainsi que des jeux en ligne proposés sur les sites des coproducteurs. Une collection complète de livres, vêtements, jouets



et cassettes vidéo est en cours de préparation.

La production de *Pitt & Kantrop* a débuté comme prévu et la série devrait être livrée aux radiodiffuseurs début 2006. Elle est produite par Millimages (France), qui en assurera aussi la distribution internationale.

Dans le domaine des nouveaux formats, l'un des projets les plus intéressants élaborés et produits par l'unité est *Panorama Europe*, premier programme de jeu TV interactif du genre réunissant la télévision, la téléphonie et douze grands radiodiffuseurs nationaux de toute l'Europe. La nature et le modèle économique uniques de ce programme ont nécessité la participation et, par conséquent, la coordination de plusieurs partenaires majeurs : la société de production, *0927 Productions* (France), deux fournis-



seurs de services de télécommunications, *BT* et *Opera Telecom* (Royaume-Uni), et un agent de commercialisation, *Deureka Ltd.* (Royaume-Uni). *Panorama Europe* peut désormais être exploité sur tous les marchés du monde, à l'exception des douze territoires de lancement. Il n'est pas soumis à des droits et est livré avec un accord de recettes téléphoniques devant procurer des revenus dès le premier appel !

JIBS (Joint Inserts Bank for Schools) est un autre projet pionnier parvenu à maturité en 2004, devenant le premier marché en ligne offrant aux radiodiffuseurs la possibilité d'acheter et de vendre de courts clips éducatifs. L'ensemble du processus d'achat se déroule en ligne et les clips sont livrés en qualité diffusion. Une phase pilote de dix-huit mois a permis de mettre le système au point, et *JIBS* est aujourd'hui pleinement opérationnel et ouvert à de nouveaux partenaires (www.ebu.ch/jibs).

Événements spéciaux

Dernière-née des unités du département, «événements spéciaux» a été créée en 2004 pour deux grands secteurs d'activité : le développement de nouveaux événements télé en direct et l'acquisition des droits de diffusion pour le compte des Membres.

Elle peut s'enorgueillir d'avoir été un instrument clé de la réussite de *Welcome Europe*, le programme en direct conçu pour marquer l'élargissement de l'Europe ; elle a en effet pris part aux négociations sur le financement par la Commission européenne de la production des spectacles réalisés simultanément en Allemagne et en Pologne et de la coordination de la production entre les radiodiffuseurs hôtes (ZDF et TVP) et les dix nouveaux pays de l'Union; elle a enfin facilité la

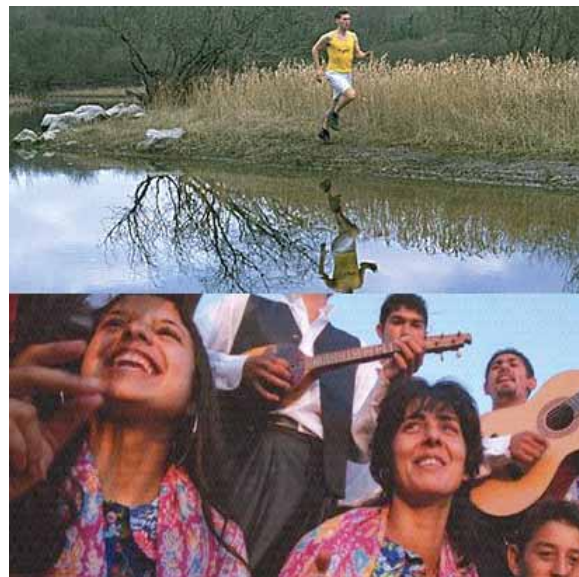
distribution du spectacle à plus de trente radiodiffuseurs nationaux dans toute l'Europe.

L'édition 2004 du concours Eurovision des jeunes musiciens, organisée à Lucerne par SSR SRG idée suisse, a réuni seize pays. Le spectacle diffusé en direct a été repris par dix-neuf radiodiffuseurs. Pourtant, il faut revoir le format de ce genre de programmes télévisés en direct afin de garantir leur avenir. L'unité s'est attelée à la tâche pour *jeunes danseurs* et *jeunes musiciens*, afin de les adapter aux tendances actuelles et aux attentes des téléspectateurs d'aujourd'hui.

Collections

Cette unité a confirmé son savoir-faire en réunissant et coordonnant de grands groupes de radiodiffuseurs, partageant les coûts et produisant plusieurs séries internationales développées selon le modèle «produisez un épisode, et prenez-les tous». Elle a obtenu une riche palette de programmes dans divers domaines ; documentaires, divertissements, fictions et programmes pour enfants produits sous la direction de certains des producteurs exécutifs les plus renommés d'Europe, choisis par l'UER.

Parmi les fictions européennes originales coordonnées par l'unité, on peut citer *Histoires olympiques*, série



Histoires olympiques et Racines européennes

créée et diffusée par huit radiodiffuseurs (CTV, S4C, ERT, HR, TG4, TVP, TVR et RTVSLO) dans les semaines précédant les Jeux olympiques d'Athènes.

Racines européennes, une série unique de documentaires TV sur les traditions musicales de dix pays européens, a été diffusée sur les écrans de tout le continent. Ce programme, coordonné par l'unité et destiné à un public international, a été largement salué par les médias européens : « *“Racines européennes” est une nouvelle série... Ni difficile, ni trop artistique, elle nous a présenté des musiciens qui ressemblaient à des commerçants du marché et n'avaient pas de grandes idées sur la religion ou le nationalisme. Ce film non seulement vous redonne la foi en le pouvoir de la musique de réunir les gens, foi que nous perdons à peu près tous vers 20 ans, mais sait aussi mettre la musique en valeur.* » (Rupert Smith, «The Guardian».)

L'unité a également renforcé ses activités en matière d'échanges de programmes. Parmi la grande variété de programmes proposés, les plus populaires sont l'*Échange musical* (qui assure la promotion de la distribution et de la diffusion de programmes de musique et de danse classiques),





l'Échange de Sarrebruck (programmes préscolaires) et l'Échange d'actualités jeunesse, une plate-forme de distribution de sujets d'actualité aux magazines d'actualités jeunesse des Membres.

Concours de la chanson

L'unité «concours de la chanson» a vu le jour en 2004 pour être spécialement consacrée à la gestion du concours Eurovision de la chanson junior et du concours Eurovision de la chanson.

Le concours 2004, organisé par TRT à Istanbul, a inauguré un nouveau format (deux spectacles télévisés en direct, la demi-finale et la finale), un nouveau logo en forme de cœur et une stratégie d'image de marque dans le cadre d'une grande opération de restauration de l'image élaborée en étroite collaboration avec *T.E.A.M. Marketing*.

Ce 49^e Concours diffusé en direct sur le réseau Eurovision a connu un succès illustré par le public nombreux et la plate-forme de vote par téléphone la plus importante jamais centralisée. Les chiffres de l'audience ont été très élevés, avec une part de

marché moyenne de 50% dans la majorité des pays participants. Ce résultat représente une augmentation de plus de 50% par rapport à la moyenne annuelle de 32% des parts de marché des Membres.

La première plate-forme paneuropéenne de vote par téléphone a traité plus de 5 millions d'appels et de votes par SMS dans un créneau de dix minutes à la fin de la demi-finale et de la finale. Ce système dernier cri avait été élaboré spécialement pour le concours par le fournisseur de services de télécommunications allemand *Digame*, de *Deutsche Telekom*, qui l'a également coordonné.

Digame a repris le même système de vote par téléphone pour le 2^e Concours Eurovision de la chanson junior, organisé par NRK à Lillehammer. Dix-huit pays participaient au concours télévisé en direct, destiné aux 8-15-ans.

Dans le cadre de la plate-forme commerciale mise en place pour ces concours, les sites officiels www.junioreurovision.tv et www.eurovision.tv ont tous deux été très appréciés de leur public, tout

comme les CD et DVD produits par EMI/CMC.

www.eurovision.tv a enregistré de nombreux visiteurs de plus de cent quatre-vingts pays. Pendant la nuit de la finale, il a offert plus de 1,1 million de flux vidéo et audio et a enregistré plus de 66 millions d'impressions de pages pendant l'événement et dans les mois qui l'ont précédé et suivi.

www.junioreurovision.tv s'est révélé lui aussi très populaire, avec des

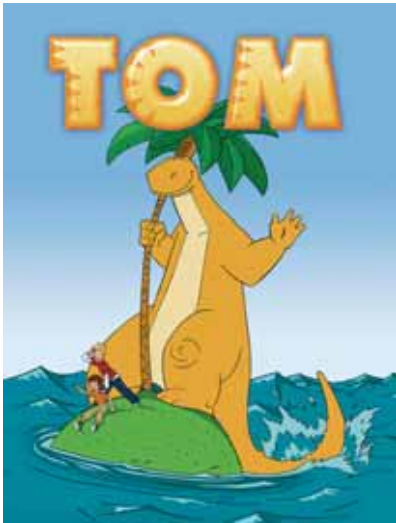
C'est une chose d'exploiter une plate-forme nationale de vote par téléphone dans un pays, c'en est une autre de traiter simultanément les votes par téléphone en provenance de plus de trente pays en dix minutes à la fin de deux événements télévisés en direct en moins d'une semaine !
Votes par téléphone pour la demi-finale : 1 066 362 votes (par téléphone et SMS) de trente-trois pays traités simultanément en dix minutes !

Votes par téléphone pour la finale : 4 267 791 votes (par téléphone et SMS) de trente-six pays traités simultanément en dix minutes !

EUROVISION

SONG CONTEST

KIEV 2005



visiteurs de cent quatre-vingts-dix pays ; il a offert plus de 700 000 flux vidéo et audio et plus de 7 millions de pages affichées au moment de l'événement.

Nouveaux médias

Cette unité « nouveaux médias et marketing » soutient les quatre autres afin de gérer et de poursuivre l'élaboration de produits multimédias et intermédiaires relatifs aux coproductions de l'UER.

Dans le cadre de sa mission (créer des coproductions et une coopération efficaces entre les Membres dans le domaine des nouveaux médias), l'unité a participé activement à la création et au lancement des sites des concours de la chanson, *eurovision.tv* et *junioereurovision.tv*, conçus et produits par *Pixelpark AG* (Allemagne). Tout au long de l'année, elle a géré l'évolution de ces sites en étroite coopération avec l'unité concours de la chanson.

Parallèlement, avec la diffusion dans toute l'Europe de la série de dessins animés *TOM*, les radiodiffuseurs se sont déclarés très intéressés par le développement mixte de sites spéciaux qui lui seraient consacrés. Un forum a donc été constitué afin de faciliter la création et le lancement de sites *TOM* dans toute l'Europe. « *TOMonline exchange* » est fondé sur le concept « produire un sujet, obtenir tous les autres gratuitement ». Les enfants peuvent désormais jouer à un certain nombre de jeux interactifs en ligne et regarder des épisodes Web de *TOM* spécialement produits, sur les sites de CBBC, France 3, ORF, VRT, TSR, TVE et ZDF.

En outre, l'idée de créer un « *Pitt & Kantrop online exchange* » soulève l'intérêt de plusieurs coproducteurs, qui ont l'intention d'étendre la gamme de produits relatifs à cette nouvelle série de dessins animés pour enfants.

L'unité « nouveaux médias » a également organisé deux sessions de vente en ligne très réussies, auxquelles plus de trente délégués des Membres ont assisté chaque fois. Pendant ces sessions de deux jours, les Membres ont présenté leurs « meilleures pratiques » et les applications, outils, jeux ou autres matériels qu'ils produisent pour leurs sites dans les domaines de la jeunesse, des jeux, de l'information et de la science. L'objectif ultime sous-jacent de cette possibilité de mise en réseau est de permettre aux Membres de faire connaître, vendre et échanger leurs matériels.

En 2004, l'unité a aussi joué un rôle clé dans la modernisation de *EBUconnect* (ex-conférence « Présentation » de l'UER), conférence internationale consacrée aux méthodes de présentation, de promotion à l'écran, de marketing, d'image de marque et de conception. Cet événement de trois jours, qui a eu lieu à Dubrovnik en mai 2004, a attiré plus de cent vingt participants, dont des responsables du marketing, de la présentation de conception, du contrôle de chaîne, de la promotion et des programmes. La prochaine conférence *EBUconnect* est prévue du 13 au 15 mai 2005, à Dubrovnik également.

Compte tenu des objectifs commerciaux du département, l'unité s'est



également efforcée d'intensifier en 2004 la présence de l'UER à des foires commerciales et autres événements spécialisés en Europe et de se doter d'un programme proactif de relations publiques afin de promouvoir toutes ses activités auprès des Membres, des partenaires, des investisseurs et de la presse internationale spécialisée.

Après avoir créé les «événements spéciaux» et le «concours de la chanson» en 2004, le département a voulu mieux différencier la représentation visuelle de ses cinq unités et a revu son image afin de mieux l'adapter à la culture visuelle d'aujourd'hui. Avec l'unité «nouveaux médias et marketing», un nouveau programme d'identité visuelle a été mis au point avec de nouvelles pages Web et des matériels promotionnels reflétant son caractère moderne et dynamique. La nouvelle image du département se compose maintenant de marques d'images clairement téléchargeables et identifiables pour chacune des cinq unités, placées dans une bande de couleur correspondant visuellement à un écran test pour les médias télévisés. L'unité «nouveaux médias et marketing» est chargée de la mise en œuvre de ce nouveau programme d'identité.

Ainsi se termine 2004, année de «dure détente» pour le département. Après la présentation de la stratégie 2005-2008 lors de l'assemblée télé à Marrakech les 21 et 22 avril, le département continuera très certainement à offrir aux Membres de l'UER une gamme variée de services, de possibilités de coproductions et de programmes coordonnés.



EBU Television

En avant

Stefan Kürten

Directeur du département Eurovision Opérations



2004 a été une année des plus fructueuses pour le département Eurovision Opérations, avec des résultats très satisfaisants tant du point de vue opérationnel que financier. Côté organisation, le département s'est renforcé grâce à d'autres restructurations et à l'arrivée de nouveaux gestionnaires. Nous avons réussi à mettre en place la nouvelle structure du département Eurovision Opérations sans problème majeur et, par la suite, à réduire sensiblement nos coûts et à réaliser de très nombreuses opérations spéciales, y compris le Championnat d'Europe de l'UEFA au Portugal et les Jeux olympiques d'été à Athènes.

2004 a également été une année importante sur le plan de la modification et de la modernisation

du réseau Eurovision, avec le lancement de l'exploitation de FiNE, premier réseau fédérateur à fibres optiques dans les grandes villes européennes et nord-américaines. FiNE permet d'offrir en permanence aux Membres des circuits vidéo spécialisés reliant leur siège à leurs principaux bureaux à l'étranger et est particulièrement robuste et très apprécié des utilisateurs actuels. Le taux de panne depuis sa mise en service à l'été 2004 est de 0%. Ces débuts prometteurs permettent d'envisager sereinement l'expansion géographique du réseau FiNE.

Les actualités

Le nombre des événements pour lesquels Eurovision Opérations fournit des installations temporaires de production et de transmission continue d'augmenter, de même que leur portée. 2004 a vu plusieurs opérations spéciales comme l'élection présidentielle américaine, la plus grande opération jamais réalisée sur ce continent par les opérations. Nous avons également été très présents sur la scène européenne, assurant notamment des services pour l'élargissement de l'Union européenne et les élections européennes.

Un certain nombre d'opérations ont été menées en coopération avec

Reuters Television, collaboration qui permet au réseau Eurovision de couvrir davantage d'événements et de profiter de la présence de l'agence dans des pays où il n'est pas représenté. Grâce à cette coopération, l'Eurovision a pu monter simultanément des opérations d'actualités à Phuket, en Thaïlande, à Colombo, au Sri Lanka, et à Banda Aceh, en Indonésie, après le tsunami qui a frappé la région au lendemain de Noël. De même, l'Eurovision a pu proposer des services à partir d'Arabie Saoudite pour la conférence sur le terrorisme et les élections municipales grâce aux ressources de Reuters déjà sur place.

2004 a vu une augmentation du nombre d'opérations personnalisées réalisées pour un groupe plus restreint de radiodiffuseurs, par exemple des services fournis aux radiodiffuseurs belges à l'occasion de la visite du roi des Belges au Maroc.

Il y a déjà vingt ans qu'Eurovision-Opérations offre des installations de production et de transmission pour les événements majeurs. La demande évolue : les radiodiffuseurs doivent de plus en plus donner un aspect unique à leur couverture (une demande pressante ressentie lors de l'opération menée à Phuket) ; certains ne considèrent les services proposés par

vant

les opérations que comme « bouche-trou » pour couvrir un sujet qui ne justifie pas encore qu'ils s'y intéressent directement ou pendant le temps nécessaire pour monter leur propre opération.

Les opérations s'efforcent de relever ce défi en élargissant la portée de leurs services. Leur rôle de plus en plus vaste en tant que radiodiffuseur hôte s'inscrit également dans cette stratégie. Parallèlement, il est évident qu'à l'avenir les Membres vont, en revanche, s'appuyer davantage sur l'Eurovision, comme à Rome, où un certain nombre d'entre eux se sont alliés aux opérations (agissant en étroite coopération avec le Membre de ce territoire) lors de la fin du pontificat de Jean Paul II, ou encore ne voir les opérations que comme l'un des nombreux fournisseurs de services.

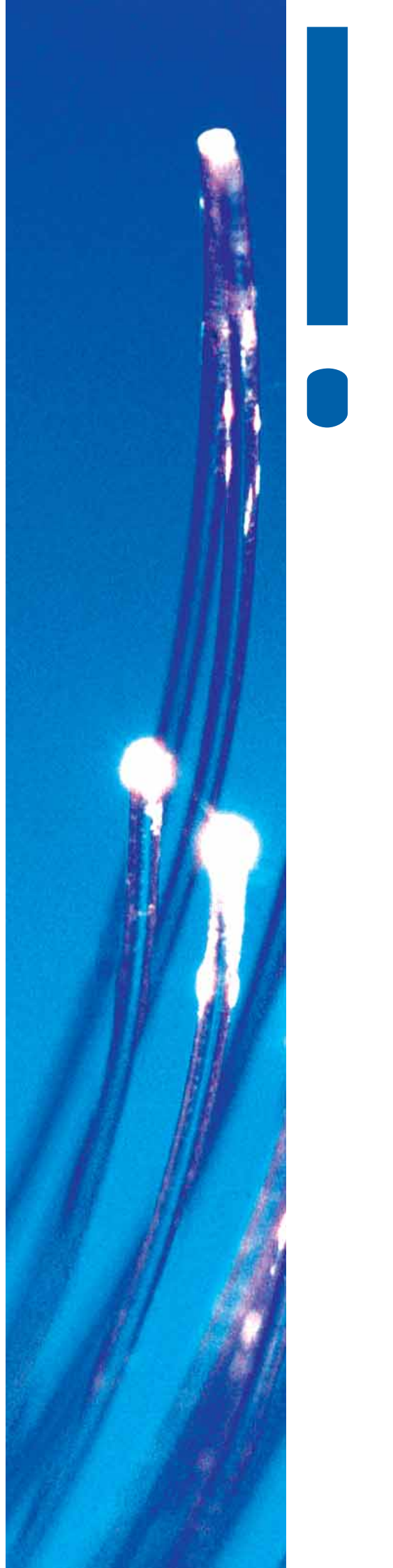
Eurovision Opérations a répondu avec succès aux appels d'offres concernant la fourniture de services de radiodiffuseur hôte pour les événements organisés par le ministère des Finances britannique en 2005. Il a également soumissionné à un appel d'offres tardif lancé par le ministère des Affaires étrangères britannique, concernant les services de radiodiffuseur hôte de la conférence de soutien à l'Autorité palestinienne, à Londres.

La fourniture de services de radiodiffuseur hôte oblige les opérations à créer une muraille de Chine entre cette opération et leur propre fourniture de services aux radiodiffuseurs, mais elles ont su relever ce défi pour les premiers événements du ministère des Finances.

Marketing

Pour aider Eurovision Opérations à mieux se placer sur un marché extrêmement compétitif, à offrir ses compétences et ses services pour des événements comme les sommets du G7 ou du G8, à pouvoir agir proactivement et à permettre une meilleure communication avec les Membres, le rôle de l'unité marketing a été renforcé.

Offrir des services en harmonie avec une demande qui évolue sans cesse et devancer les besoins pour mieux servir, être un partenaire de choix pour la distribution de contenu, la coordination événementielle, les services spécifiques et se positionner sur un marché hautement concurrentiel, telles sont les ambitions de l'équipe marketing et business management.



Cette équipe, avec ses responsables des produits, responsables du marketing et services en ligne, a cœur de faire évoluer les services que l'Eurovision peut rendre dans le cadre de ses activités. Les expériences cumulées et la créativité dont tous font preuve sont autant d'atouts nécessaires pour la promotion et le positionnement des services Eurovision.

Cet effort ne peut trouver sa concrétisation que par une plus grande proximité avec les Membres et utilisateurs. Il faut savoir écouter pour comprendre et offrir un service de qualité. Pour ce faire, il est nécessaire d'avoir une équipe de responsables de région qui connaissent bien le marché, le métier, et comprennent que cette relation doit être un partenariat où notre communauté trouve son équilibre. Nicole Anhalt, Pierre Seban et Alan Jones, avec Manon Piers, mettent en place en Europe cette relation de partenariat.

Cette passion est déclinée dans les régions où nous sommes présents et Hari Krishnan en Asie, Jose Moraes en Amérique latine, Klaus Schneider en Chine offrent les services de l'Eurovision à une communauté d'utilisateurs sans cesse élargie.

Des services spécifiques ont été mis en place et complètent nos offres traditionnelles : nous proposons des solutions « sur mesure » en fonction des communautés d'intérêts et des besoins ponctuels; sont offerts aussi, bien sûr, des services spécialisés dans le cadre d'événements sportifs ou d'actualité.

Ils se doivent de servir au mieux la communauté d'intérêts, d'être à l'écoute, créatifs, novateurs, en proposant de nouveaux services sur de nouveaux supports tout en respectant le quotidien.

En fait, nous mettons tout en œuvre pour être le partenaire de choix. C'est pourquoi nous nous sommes donné la devise suivante : *«L'Eurovision, votre partenaire pour les services de radiodiffusion.»*

Sports

Avec les Jeux olympiques d'Athènes, un cycle de programmes sportifs en direct s'est terminé sur un fantastique point culminant. Un cycle réellement actif et passionnant pendant lequel l'UER et ses Membres ont produit, distribué et diffusé environ quatre cent événements sportifs : une moyenne d'une centaine par an.

Ces quatre ans ont été riches en changements et c'est aujourd'hui un univers du sport très différent que les médias présentent au monde. La plus grande partie des ressources financières, de la couverture et de l'attention du public semble concentrée sur de moins en moins de sports. Les sports qui n'appartiennent pas à ce groupe sont chaque jour plus créatifs pour capter l'attention du public et générer les recettes dont ils ont besoin.

Malgré cette évolution, l'UER a poursuivi sa stratégie de promotion des sports olympiques et de fourniture de programmes intéressants aux Membres et, par conséquent, au plus grand public européen possible.

Concernant l'acquisition des droits, une étape clé a été passée avec la signature du contrat des Jeux olympiques de 2010 et 2012, qui couvre également les droits multimédias, garantissant la continuité à long terme de la propriété des droits de diffusion des JO en Europe. En signant ce contrat, le Comité international olympique a montré son soutien à la stratégie de l'UER, qui s'efforce de proposer ces événements au public le plus vaste possible. À l'avenir, le maintien de cette stratégie en matière de sports olympiques nécessitera des efforts encore plus soutenus pour combiner de manière constructive l'exigence des Membres de recevoir des programmes intéressants et d'obtenir des taux d'audience concurrentiels aux demandes de couverture et de financement des fédérations.

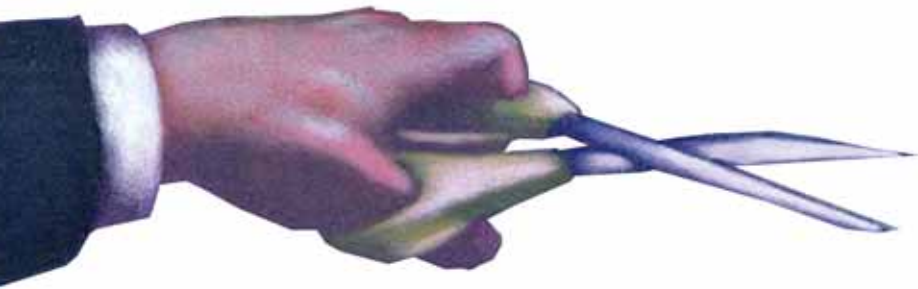




L'année écoulée a montré qu'il faut encore élargir la gamme des services fournis aux Membres et aux fédérations. La mise en œuvre de la notion de conception de programme, d'exigences commerciales et promotionnelles et de différentes demandes relatives à l'Euro 2004 a clairement démontré la compétence de l'UER et de ses Membres. Elle a néanmoins prouvé aussi que la demande de services en provenance des détenteurs de droits et des radiodiffuseurs devient de plus en plus importante. Il en va de même pour de nombreux autres partenariats dans lesquels, à l'avenir, il faudra appliquer une coopération encore plus étroite entre les fédérations sportives, l'UER et ses Membres pour affronter les défis du futur.

Les progrès technologiques récents élargissent le domaine d'activité de l'unité sports. Plus de trente sites Web de Membres ont participé au projet Euro 2004 à l'aide des sections correspondantes de leurs services en ligne. Pour la première fois en 2004, des images animées des Jeux olympiques ont également pu être regardées sur les sites de nos Membres et un certain nombre de services de téléphonie mobile européens. L'utilisation d'un système sophistiqué de blocage géographique, associé à de nouvelles productions conjointes de contenu par les Membres, a permis de réaliser cette étape. L'évolution rapide de ce secteur et le fait que l'UER a également acquis les droits pour les nouveaux médias des futurs JO emmèneront les services des sports de l'UER encore plus loin dans ce domaine.

Compte tenu de ces facteurs et avancées contextuels, les services des sports de l'UER vont être développés pour répondre aux futures exigences des différents intervenants.



Finances

En 2004 a été achevée la mise en place de la nouvelle unité finances et administration, qui s'articule autour de trois secteurs principaux :

- Le management financier du département Eurovision Opérations (préparation et suivi des budgets de fonctionnement et d'investissement, élaboration des tableaux de bord d'activité et financier).
- La politique d'achat des équipements et services opérationnels.
- La facturation des services de l'Eurovision.

Dans le cadre de cette nouvelle structure, une politique de réduction des coûts a conduit à une diminution très importante de la charge du réseau Eurovision (17 millions CHF entre 2002 et 2004). Cette réduction des coûts permet la mise en place en 2005 d'une nouvelle tarification des services plus compétitive.

Cette politique de strict contrôle des coûts sera poursuivie en 2005 et au cours de cette année l'unité finances et administration s'attachera prioritairement à l'amélioration de la facturation des services, en particulier par une réduction des délais. Elle continuera, par ailleurs, à adapter les indicateurs d'activité et financiers nécessaires à un suivi efficace des services de l'Eurovision.

Réseau

En 2005, nous devons continuer notre progression en suivant une stratégie claire. Notre objectif premier est de conserver notre rôle de fournisseur de solutions de réseau de qualité dans un environnement extrêmement concurrentiel. Nous devons poursuivre la révision et la modernisation de l'architecture globale de notre réseau et trouver des solutions flexibles pour ses développements futurs, à bande étroite ou TVHD.

FiNE, notre réseau terrestre à fibres optiques, doit être pleinement intégré à notre système. Mieux vaut le faire aujourd'hui que demain : son extension est bien nécessaire et nous devons le développer si nous voulons suivre le marché, qui nous obligera à utiliser les nouvelles technologies à l'avenir.

L'unité d'encadrement technique, mise en place en janvier 2005, a pour objet essentiel de coordonner et d'encadrer l'ensemble des activités techniques de services, de support et de développement du département Eurovision Opérations.

L'année 2005 sera organisée autour de trois grands projets, porteurs d'innovation, de souplesse et de qualité, qui démontrent bien la mutation de l'Eurovision en une entité tournée vers les services :

- implantation du système BISS-E de cryptage sur l'ensemble du

réseau Eurovision dans le cadre du renouvellement de ses équipements, afin de répondre à une compétitivité accrue dans le domaine des retransmissions sportives ;

- distribution des EMC (Eurovision media cache) chez chacun des Membres, visant à développer, en amont de la « newsroom », un outil de distribution et d'enregistrement automatique des échanges d'actualités ;
- révision de l'architecture du réseau Eurovision, qui permettra d'offrir un portfolio complet de services permanents et occasionnels en utilisant des technologies de réseau variées (satellite, réseau terrestre dédié, réseaux IP, etc.). 2004 a confirmé la pertinence des choix technologiques et 2005 sera l'année d'un déploiement planifié, cohérent, à la hauteur des espérances des utilisateurs de ce réseau.

Outre ces projets essentiels, la mise en œuvre opérationnelle des projets qui ont démarré en 2004 occupera une partie conséquente de l'année, notamment ceux visant la réorganisation technique de la production. La préparation des événements futurs planifiés en 2006, année des Jeux olympiques d'hiver et de la Coupe du monde de football en Allemagne, est également engagée, avec des perspectives de nouveaux services, dans le domaines de la TVHD, notamment.

En liaison avec ces activités, dans cette même unité, l'action permanente portant sur l'amélioration des coûts du réseau et la mise en place d'une politique d'achat concertée, action entamée en 2004, se poursuivra en 2005. Elle permettra de rendre encore plus compétitif le réseau de l'Eurovision tout en offrant la possibilité d'un redéploiement des services.



Membres d'abord

Les Membres d'abord. C'est pour eux que nous sommes ici. Ils font face, dans toute l'Europe, à un changement de génération, même pour la gestion. Nous ne pouvons plus nous reposer sur les « pères fondateurs » de l'UER. Nous devons convaincre une nouvelle génération, qui n'a probablement jamais entendu parler de nous et qui, dans le cas contraire, risque de ne nous considérer que comme un fournisseur potentiel. Nous, et je veux dire chacun d'entre nous, devons nous rappeler à eux, chercher à obtenir de nouveaux contrats, promouvoir nos services ; nous devons comprendre leurs besoins et leurs méthodes de communication.

Avec le soutien de ses Membres, Eurovision Opérations est en train de moderniser son système d'échange d'actualités. La période 2005/2006 ajoutera une nouvelle offre avec la possibilité d'échanger les sujets sous

forme de fichiers contenant à la fois l'essence et les métadonnées, ce qui permettra aux Membres de passer du format traditionnel d'échange de sujets multiples à un échange de sujets.

Pour les échanges d'actualités, cette évolution nécessitera alors une étape supplémentaire. En réalité, elle a commencé dans le milieu des années quatre-vingt-dix, avec l'introduction du premier réseau d'actualités permanent, puis du réseau d'événements permanent. Ces réseaux offraient aux Membres vingt-quatre outils pour échanger immédiatement des actualités dans une infrastructure technique qui bénéficiait du fait que le réseau Eurovision s'étendait dans toute l'Europe.

Maintenant, l'Eurovision va, de la fin 2005 au printemps 2006, mettre en place les « Eurovision media cache », des serveurs locaux installés chez chaque Membre actif pour servir en fait de boîte à lettres entre le système

Eurovision et les ressources de production de ce Membre.

L'échange d'actualités Eurovision continuera de fonctionner comme d'habitude : les sujets seront distribués en temps réel sous forme de documents diffusés, ce qui permettra à tous les radiodiffuseurs qui ont besoin de les diffuser de le faire immédiatement. Les opérations contrôleront à distance l'enregistrement de tous les sujets, libérant les participants du contrôle des échanges : un avantage considérable dans un système qui distribue désormais plus de 32 000 sujets par an.

Les radiodiffuseurs participants auront le plein contrôle des canaux de lecture du « media cache ». Les documents peuvent être lus directement à l'antenne ou placés dans le système de production des actualités du Membre sous forme de fichier MXF. Les marqueurs de début et de fin de fichier seront eux aussi



définis à distance par les opérations Eurovision. Le fichier MXF sera créé immédiatement au moment où le document sera retiré du « media cache » ; il contiendra donc toujours l'ensemble le plus récent de métadonnées.

La mise en place des « Eurovision media cache » permettra aussi aux opérations Eurovision d'offrir un nombre limité d'interfaces standards pour les systèmes de production d'actualités privés. Sous un autre chapitre, les opérations Eurovision pourront également répondre en temps voulu si le secteur des actualités diffusées met au point une norme commune pour les métadonnées des actualités.

«L'Eurovision, votre partenaire pour les services de radiodiffusion.»

Cette devise guidera toutes nos activités professionnelles, sur toutes nos publications.

Passer du statut de fournisseur de services techniques à celui de fournisseur de services est probablement l'objectif le plus stimulant pour nous tous. Si, dans le passé, nous devions nous assurer que les choses fonctionnaient, aujourd'hui nous devons convaincre les Membres et les clients d'utiliser nos services.

Dans le domaine des communications externes, « eurovision.net » va gagner en importance en tant qu'outil de communication professionnel des utilisateurs de nos services. Les résultats de 2004 montrent nettement que cet outil est bien établi et accepté, mais ce n'est que le début.

Dans le monde

Enfin, l'Eurovision va poursuivre son plan d'action stratégique pour être présent dans les diverses régions du monde afin de servir les intérêts de ses partenaires. Depuis le début de l'année, Eurovision Opérations s'est déjà doté d'un point de chute à Londres et va peut-être bientôt y créer une entité juridique. Eurovision Americas a été créé l'an dernier Eurovision Asie, à Singapour, devrait voir le jour dans le courant de l'année 2005.

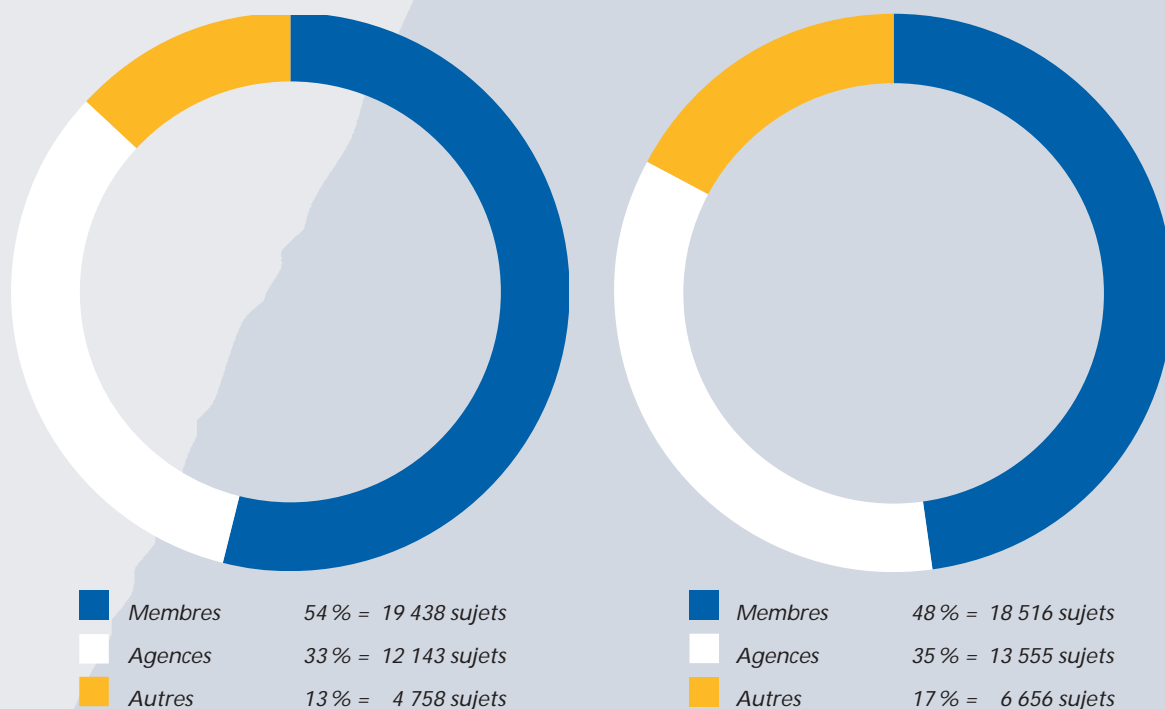
2005 : une année passionnante devant nous. Le plan d'action a été présenté à nos collègues, l'infrastructure affinée. Les concurrents sont actifs et ont très souvent beaucoup plus d'argent que nous. Alors, en avant !

Ont participé à la rédaction de ce texte : Marc Jörg, responsable des droits sportifs, Paolo Pusterla, responsable du développement stratégique, Tony Naets, responsable des services et productions, Olivier Hinnewinkel, responsable du marketing, Jean-Pierre Pélieu, responsable des finances et de l'administration, Jean-Marc Soustre, responsable du management technique.

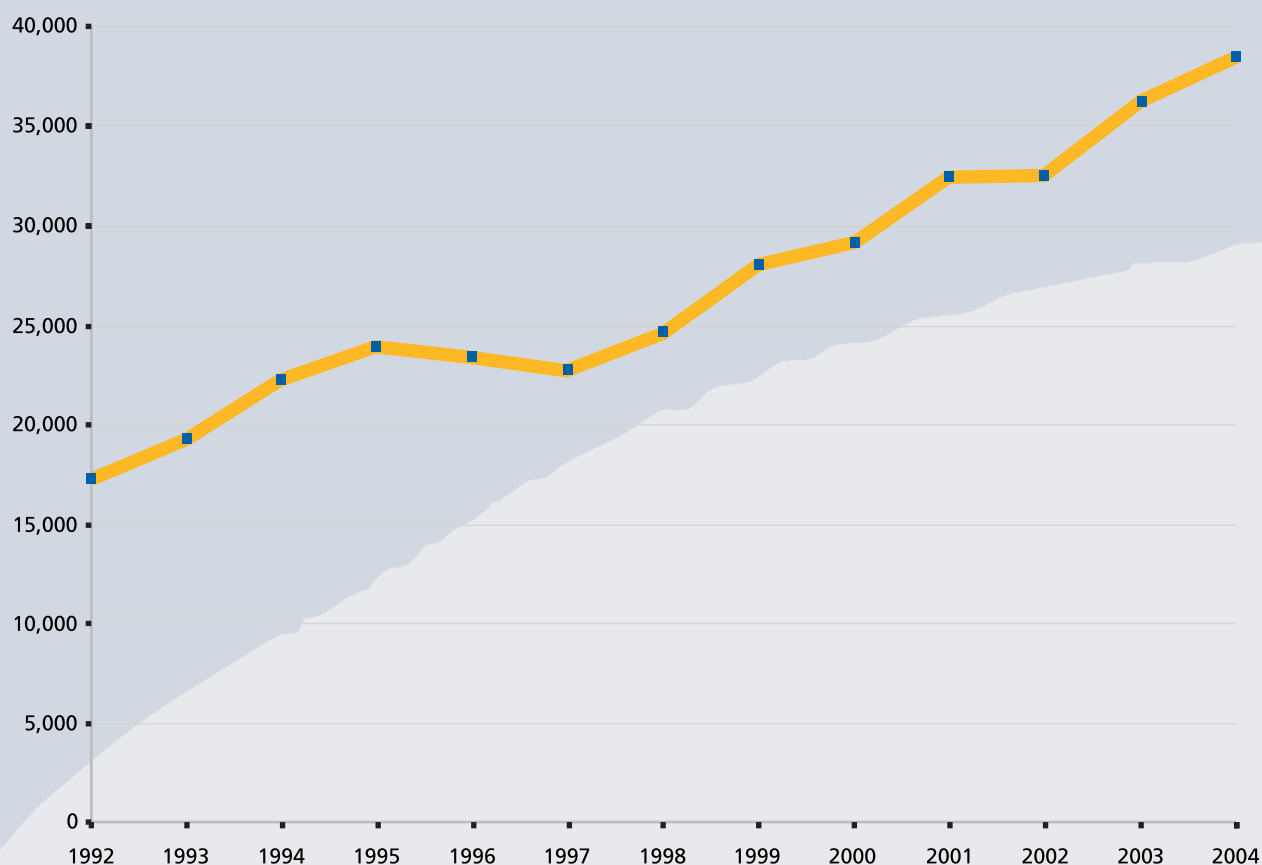


Les transmissions en chiffres

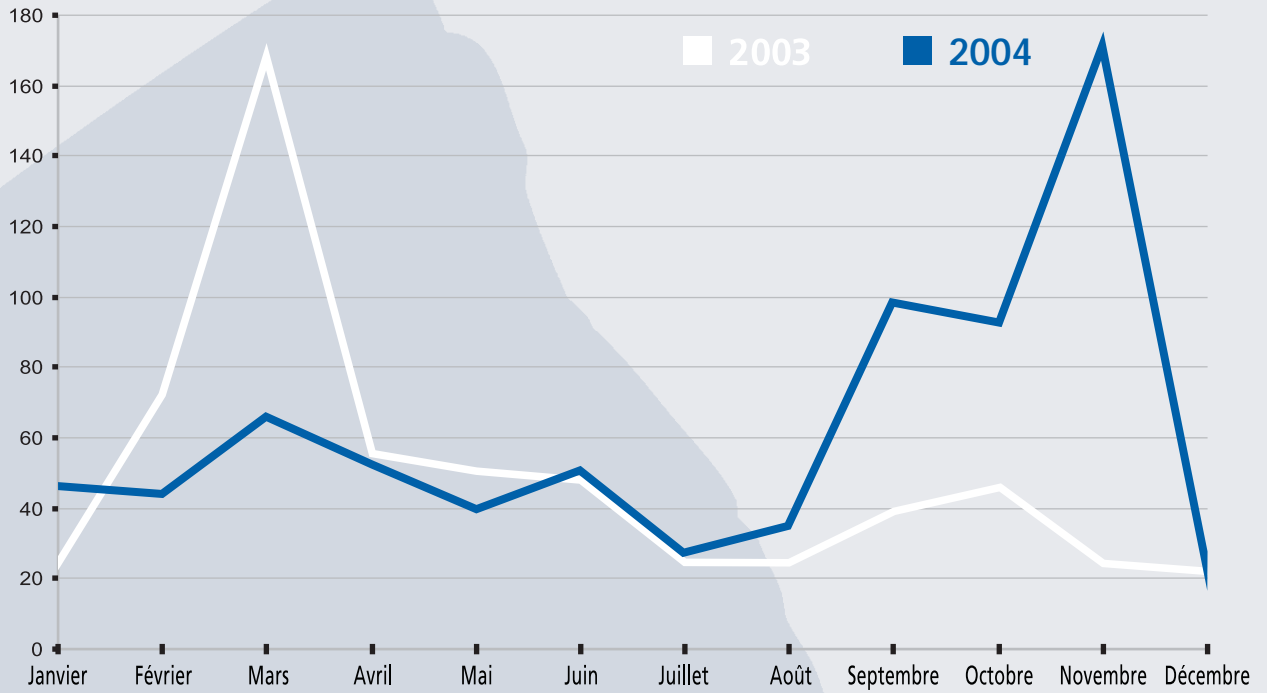
2003/2004 : nombre et origine des sujets des échanges d'actualités



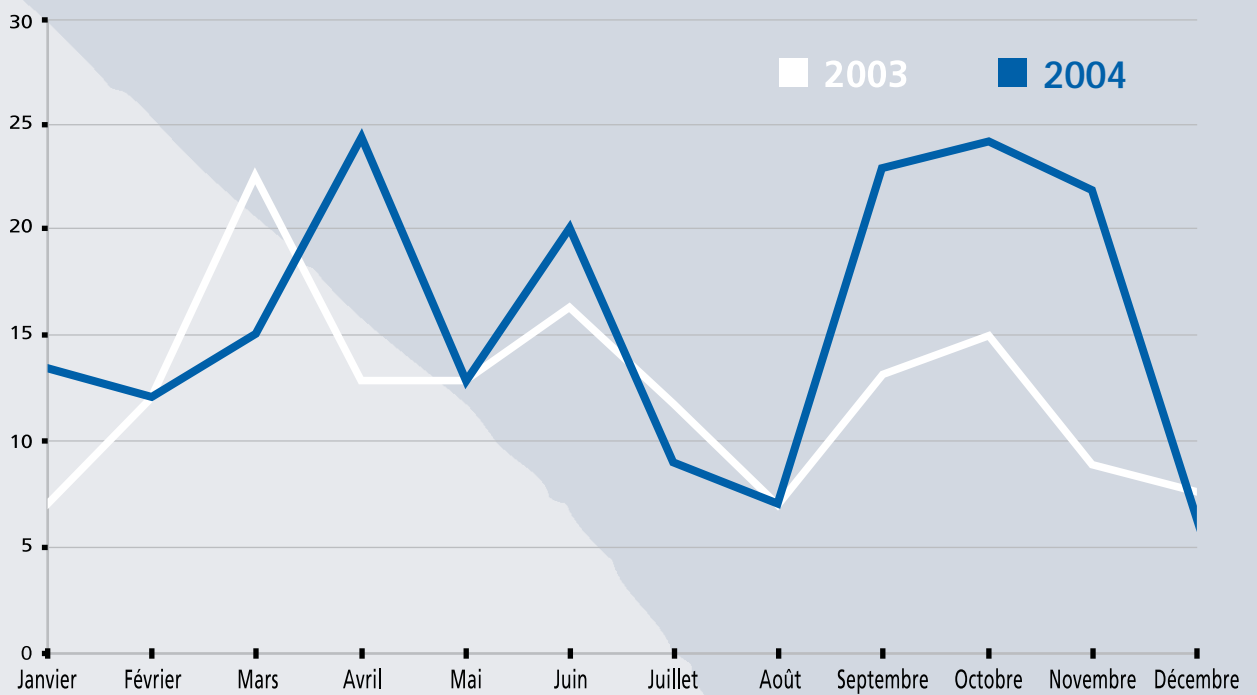
1992/2004 : évolution des sujets transmis dans les échanges d'actualités



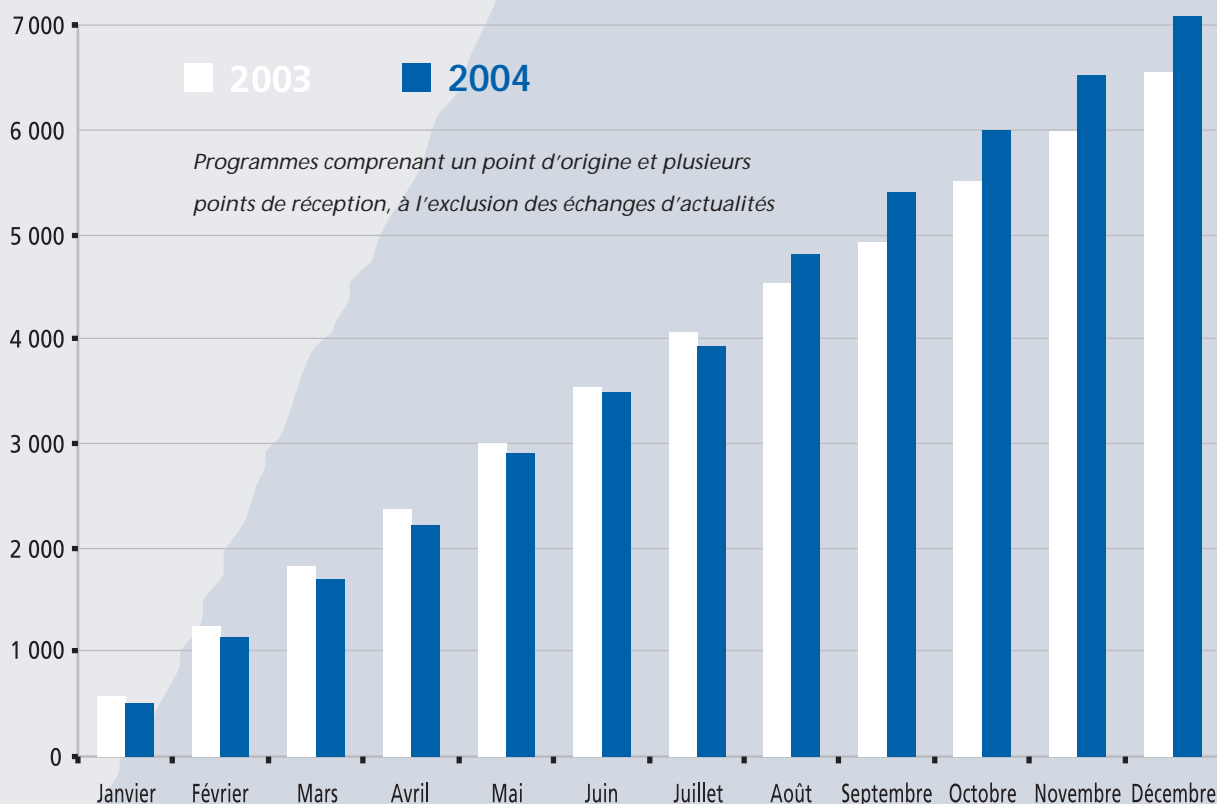
2003/2004 : nombre de jours d'opérations spéciales d'actualités



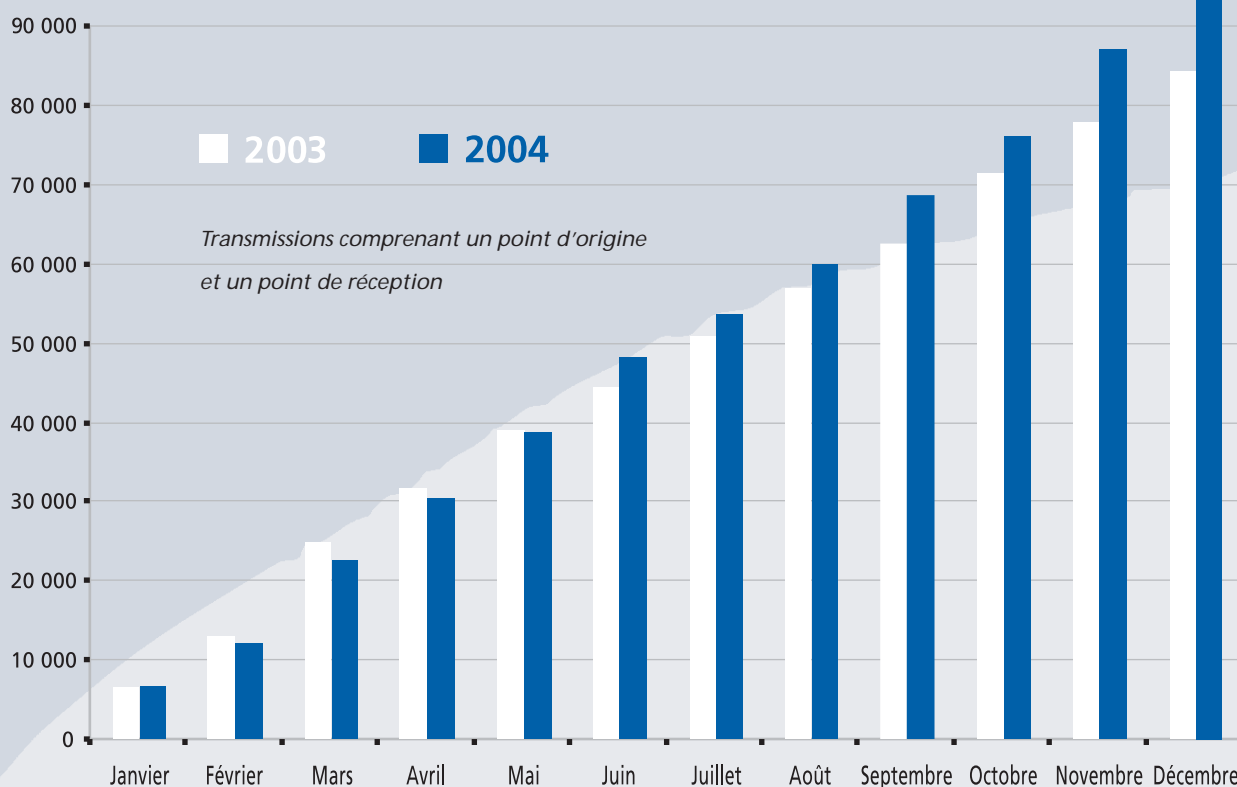
2003/2004 : nombre d'opérations spéciales d'actualités



2003/2004 : nombre cumulé de transmissions multilatérales



2003/2004 : nombre cumulé de transmissions unilatérales



Unive

Philip Laven

Directeur du département technique



L'universalité est l'un des principes clés de la radiodiffusion de service public. En effet, l'une des exigences de base qui doit être satisfaite par un radiodiffuseur qui désire devenir Membre est que 98% ou plus des ménages télé ou radio dans le pays concerné puissent recevoir ses émissions.¹

Cette universalité est importante pour les radiodiffuseurs de service public, car le public paie pour la création du contenu et il doit donc pouvoir dans son ensemble être capable d'écouter ou de visualiser ce contenu. Dans la plupart des pays, il est assez facile de fournir des services à 50% de la population (en utilisant généralement quelques émetteurs pour couvrir les zones urbaines majeures), mais les coûts augmentent

rapidement quand l'objectif de couverture s'accroît au-delà de 90% de la population. En général, le coût de l'extension de la couverture de 90% à 99% est très supérieur à celui d'une couverture à 90%. Dans certains cas, les régulateurs ont imposé des exigences de couverture minimale aux radiodiffuseurs commerciaux – mais la plupart de ces derniers sont libres de prendre des décisions commerciales. En reconnaissance de la loi des profits en réduction, la majeure partie des radiodiffuseurs commerciaux opte pour une couverture limitée au lieu de payer le coût élevé d'une couverture étendue.

Par le passé, cet objectif d'universalité du service public était atteint en utilisant des émetteurs radio et télé terrestres. Dans de nombreux pays, les systèmes de télévision par câble étendaient utilement la couverture des émetteurs télé terrestres. Cependant, dans certains pays, comme la Belgique, les systèmes de télévision par câble sont devenus le moyen dominant de fourniture des services télévisés. Cet exemple montre que la notion d'universalité n'implique pas nécessairement l'utilisation d'un seul système de distribution, bien que les transmissions terrestres analogiques soient toujours considérées comme le service «de base».



rsalité



Dans le futur, nous allons faire face à une pléthore de systèmes de fourniture. Les services traditionnels de radiodiffusion continueront d'être assurés par des systèmes terrestre, câblé et satellite. Ces trois systèmes resteront probablement les mécanismes de fourniture principaux dans un avenir prévisible. Chacun de ces systèmes a ses propres avantages et désavantages spécifiques : par exemple, la transmission par satellite est idéalement adaptée à la couverture de grandes zones à la population clairsemée, alors que la télévision par câble n'est pas viable financièrement dans ces zones. Par ailleurs, la réception mobile ou la réception sur des appareils portables est meilleure grâce aux réseaux de transmission terrestres.

Alors que les radiodiffusions analogiques sont remplacées par les radiodiffusions numériques, il se peut que nous devons reconsidérer nos notions de couverture universelle. L'importance relative des divers systèmes de fourniture numérique varie d'un pays à un autre – mais aucun des systèmes n'obtient, de lui-même, une couverture universelle en termes d'adoption par les consommateurs. De quelle façon les radiodiffuseurs doivent-ils satisfaire l'objectif de l'universalité dans le futur ?

Dans un environnement mixte de systèmes de fourniture, les radiodiffuseurs pourraient favoriser une seule plate-forme de fourniture, telle que la télévision numérique terrestre. Par le passé, la plupart des radiodiffuseurs pouvaient être sûrs que les opérateurs de la télévision par câble relaieraient leurs services dans tous les foyers raccordés au réseau de télévision par câble.

Cependant, la plupart des réseaux de télévision par câble analogique ne disposent actuellement pas de capacité de secours et ils sont donc incapables de relayer les nouveaux services de radiodiffusion terrestre, qu'ils soient analogiques ou numériques. Ce manque de capacité sur les réseaux de télévision par câble sera finalement surmonté par le passage aux réseaux câblés numériques.

Un problème plus pressant pour les radiodiffuseurs est lié au fait que le grand public qui utilise les services par satellite peut décider de ne pas conserver les antennes de télévision terrestre analogique. Sauf si les programmes télévisés du service public sont également disponibles sur les services par satellite, ces spectateurs pourraient perdre accidentellement leur accès aux diffusions du service public.

Une solution à ce dilemme serait d'adopter une «politique multi-plates-formes» dans laquelle les radiodiffuseurs offriraient l'ensemble de leurs services sur toutes les plates-formes de fourniture. Cela pourrait être très cher pour les radiodiffuseurs s'ils devaient payer pour la fourniture sur toutes les plates-formes. Comme les opérateurs de la télévision à péage ont lancé la télévision numérique dans de nombreux pays, une politique multi-plates-formes pousserait également les radiodiffuseurs en clair à entrer dans des négociations commerciales avec leurs concurrents – certains d'entre eux pouvant agir comme des «gardiens» puisqu'ils contrôlent également les technologies ou les services clés, comme les services de gestion d'abonnés, l'accès aux guides électroniques des programmes et aux API pour les services interactifs.

Une déclaration de politique «multi-plates-formes» renforcerait la position de ces «gardiens», car ils sauraient que le radiodiffuseur de service public n'a pas le choix pour être présent sur leur plate-forme. L'expérience montre que ces «gardiens» ne sont pas susceptibles de répondre aux besoins des radiodiffuseurs de service public sans une menace d'intervention de la part des régulateurs ou des autorités de la concurrence.

Peut-être vaut-il mieux adopter une politique de «plates-formes importantes» dans laquelle les radiodiffuseurs de service public utiliseraient uniquement les plates-formes avec une pénétration significative du marché. En ce qui concerne les mécanismes de fourniture non traditionnels (par exemple Internet, bande large, téléphones 3G, DVB-H, DMB, etc.), les radiodiffuseurs devraient décider lequel soutenir au cas par cas. Certains de ces procédés de fourniture généreront des opportunités importantes pour les radiodiffuseurs de service public (par exemple vidéo à la demande par l'intermédiaire de la bande large). Comme il est peu

vraisemblable que les radiodiffuseurs développent leurs propres réseaux d'émetteurs pour fournir des services aux appareils mobiles (par exemple DVB-H ou DMB), des alliances commerciales avec des opérateurs de télécoms peuvent être nécessaires. Les radiodiffuseurs de service public pourraient réadapter leur contenu existant pour répondre aux besoins d'une nouvelle audience mobile : certains services peuvent être fournis gratuitement, mais d'autres devront inévitablement être exploités sur la base d'un abonnement, probablement en association avec les opérateurs de télécoms. Même ainsi, les radiodiffuseurs devraient probablement éviter de distribuer leurs services en clair sur ces systèmes de fourniture, sauf si les coûts sont couverts par des tierces parties.

Quels systèmes?

Quels systèmes de fourniture doivent être adoptés par les radiodiffuseurs ?

Au milieu des années quatre-vingt-dix, lorsque je travaillais pour la BBC, j'ai fait une présentation sur le futur de la radiodiffusion numérique à un comité parlementaire britannique. Ayant présenté les avantages de la DAB (radiodiffusion numérique) et de la télévision numérique terrestre, ma démonstration de la fourniture de services audio par l'Internet fut brusquement interrompue par le président du comité, qui déclara : *«Pourquoi nous montrez-vous l'Internet ? L'Internet n'a rien à voir avec la radiodiffusion»*.

Malgré mes explications (les radiodiffuseurs seraient capables d'utiliser l'Internet pour offrir de nouveaux types de services, tels que la radio à la demande, qui ne pouvaient pas être fournis au travers des réseaux de radiodiffusion traditionnels), le président ne montra ostensiblement aucun intérêt pour ce que je disais à propos de l'Internet. Il est intéressant de noter que quelques années plus tard, le même individu



réprimandait les radiodiffuseurs au Royaume-Uni parce qu'ils ne saisissaient pas les possibilités offertes par l'Internet !

Sans être injuste envers les politiciens, il est difficile de désigner le système de fourniture qui sera classé gagnant ou perdant dans dix ans. Néanmoins, trop souvent, la législation est adaptée à l'expérience courante ou passée – non pertinente pour le futur.

Il est évident que l'Internet est un système de fourniture important, en particulier pour les services radio. Le



développement majeur suivant concernera certainement la fourniture de services télé sur les réseaux de bande large locaux (pas les systèmes à 512 kbit/s actuellement utilisés pour l'accès à l'Internet, mais à 10 Mbit/s ou plus). Comme ces réseaux peuvent facilement offrir une gamme étendue de services à la demande, ils transformeront probablement les modèles de consommation de télévision – au moins pour les spectateurs qui sont capables de se connecter à ces réseaux. Dans le contexte de l'universalité, il est pertinent de noter que ces services seront généralement disponibles

uniquement pour les personnes qui vivent dans les zones urbaines.

En dépit des développements technologiques vraisemblables (ou peut-être à cause d'eux), l'universalité restera un concept important pour les radiodiffuseurs de service public et pour le public, même si la plupart du public n'a jamais entendu parler du concept !

- 1) *Cette exigence ne concerne pas simplement la couverture technique : les ménages doivent disposer d'un équipement de réception approprié tel qu'un récepteur satellite et, si nécessaire, avoir payé. Bien que les opérateurs satellite revendiquent souvent le fait qu'ils offrent une couverture universelle (> 99 % de la population), ces revendications ignorent les difficultés de réception auxquelles sont confrontés les occupants d'appartements ou les personnes qui vivent dans des zones urbaines où les bâtiments environnants bloquent souvent les signaux du satellite.*

Activités j

Werner Rumphorst

Directeur du département juridique



L'année 2004 a été marquée par l'élargissement de l'Union européenne. La commission des affaires juridiques et publiques de l'UER a apporté sa contribution à cet événement historique en étudiant de manière approfondie la réforme des institutions de l'Union européenne, ainsi que le projet de traité constitutionnel. Parallèlement, un séminaire spécial a été organisé pour aider les juristes des dix pays ayant récemment adhéré à l'Union européenne, ainsi que ceux des futurs candidats à l'adhésion, à se familiariser avec le nouveau cadre juridique se rapportant à la radiodiffusion. En outre et surtout, la commission des affaires juridiques et publiques a engagé une sorte de feuille de route intitulée «*Les enjeux de la politique*

audiovisuelle de l'Union européenne» et en a fixé le cadre. Elle s'adresse en particulier aux nouveaux venus de la Commission européenne et du Parlement européen. Elle dresse la liste des questions fondamentales et des défis relatifs à la politique des médias et y apporte la réponse de l'UER. Par la suite, cette feuille de route a été incorporée à la brochure formant la contribution de notre Union à la conférence d'Amsterdam sur la radiodiffusion de service public. Lors de cette conférence, le directeur du département juridique a prononcé un discours sur la radiodiffusion de service public dans une Europe en voie d'élargissement, intitulé «*Contribuer aux objectifs de la politique européenne*».

Cette année a également été marquée par le 50^e anniversaire de l'Eurovision. La commission des affaires juridiques et publiques a saisi cette occasion pour revoir sa propre contribution au développement de l'Eurovision au cours des années passées, à savoir les règles et règlements allant du sport aux actualités et des programmes culturels au réseau.

Par ailleurs, la commission ainsi que le département juridique ont poursuivi leurs activités, à savoir :

- traiter tout sujet nouveau ou d'actualité («droits sur les nouveaux médias» dans le domaine du sport, gestion numérique des droits, retransmission sur des réseaux ADSL) ;
- analyser les projets de textes réglementaires et similaires, les commenter ou proposer des amendements concrets (projet de règlement de l'Union sur la loi applicable, projet de directive sur les services dans le marché intérieur, travaux préparatoires d'une révision de la directive Télévision sans frontières) ;
- analyser les grandes jurisprudences qui affectent la radiodiffusion : arrêt de la Cour européenne des droits de l'Homme sur la liberté d'expression et la vie privée (affaire von Hannover contre l'Allemagne), arrêt de la Cour européenne de justice concernant une loi française sur la publicité à la télévision, récents jugements rendus sur la protection des formats de télévision ;
- traiter des questions très diverses sur le droit d'auteur (projet de traité sur la protection des droits voisins des radiodiffuseurs, contrats sur le câble, relations avec

uridiques

l'industrie du disque, nouveau système de contenus sous licence libre «Creative Commons» ;

- proposer des formulations concrètes relatives à la révision des statuts et des règles internes de l'UER et examiner les candidatures au statut de Membre de l'UER ;
- réviser les différentes règles de l'UER et en rédiger de nouvelles (règles de sous-licence, engagements à l'égard de la Commission de l'UE en vue d'obtenir une décision positive dans l'affaire Eurovision/sport, règles sur le partage des droits de retransmission en application des contrats sportifs Eurovision, règles sur l'utilisation du matériel d'actualités Eurovision et règlement du concours Eurovision de la chanson) ;
- défendre la position de l'UER et de ses Membres en ce qui concerne les questions de droit européen de la concurrence, telles que l'Eurovision/sport, l'acquisition des droits pour les Jeux olympiques de 2010 et 2012, la légitimité de l'acquisition des droits pour les services liés aux nouveaux médias, le financement public (notamment dans l'affaire TV2/Danemark), une

proposition de cadre juridique de l'Union européenne sur les services d'intérêt général et les fusions dans l'industrie des médias – Sony/BMG ;

- suivre et tenter d'influencer les travaux du Conseil de l'Europe relatifs aux divers aspects de la radiodiffusion ;
- traiter des questions de droit du travail (dialogue social, conditions appliquées aux travailleurs indépendants) ;
- assurer tout le travail lié aux contrats conclus par le département télévision et participer à la rédaction et à la négociation des grands contrats sportifs (par exemple, le contrat CIO-UER relatif aux Jeux olympiques de 2010 et 2012) ;
- répondre aux demandes d'assistance des Membres dans tout domaine lié à la radiodiffusion (conseils et soutien actif en matière de législation existante, proposée ou souhaitable concernant la radiodiffusion de service public, mise à disposition d'informations comparatives sur les paiements effectués par les Membres au titre du droit d'auteur, ou autres questions afférentes) ;

- et par-dessus tout assurer la sécurité juridique de toutes les activités de l'UER.

En termes de *stratégie juridique*, le travail des juristes de l'UER se concentre sur un cadre juridique permettant à la radiodiffusion de service public de se développer et de continuer à jouer son rôle vital dans et pour la société.

Outre un solide système de financement, l'une des priorités à cet égard est le droit de fournir du contenu de programmes de service public sur toute plate-forme où les téléspectateurs et les auditeurs (et notamment les jeunes) peuvent choisir les informations et les variétés qu'ils souhaitent. Étroitement liée à cela : la nécessité d'une égalité de traitement pour tous les services qui fournissent un contenu audiovisuel par des moyens électroniques d'une manière technologiquement neutre. Cette nécessité identifiée par les juristes de l'UER depuis déjà deux ans a été reprise par le président de la Commission européenne, José Manuel Barroso, comme élément essentiel du nouveau programme législatif de la Commission pour 2005.

Bref, l'avenir des juristes de l'UER est assuré...

Toujours

apprendre

Julian Ekiert
Administrateur financier



Dans la plupart des secteurs professionnels, il est extrêmement important de se tenir au courant de l'évolution des méthodes de travail. Cela est d'autant plus vrai pour un comptable, dans la mesure où les contingences juridiques de la comptabilité et de la finance sont en perpétuelle évolution, conséquence directe des scandales financiers et des malversations dont la presse s'est largement fait l'écho, ces dernières années.

En ce qui concerne la finance et la comptabilité, cependant, ces changements d'ordre réglementaire revêtent une dimension essentiellement nationale et sont difficilement transposables d'un pays à l'autre.

Néanmoins, pour tout ce qui touche aux nouvelles méthodes de gestion et

de comptabilité, la situation est radicalement différente. Il est tout à fait possible, en effet, d'appliquer les techniques les plus modernes en dehors d'un cadre strictement national, la seule difficulté consistant cependant à prendre le temps nécessaire (et à prévoir les moyens financiers correspondants) de se tenir au courant des derniers développements.

Formations

L'UER déploie tous les efforts nécessaires pour faire en sorte que cela soit possible, notamment en organisant tous les ans des formations (les «mastercourses») destinées aux responsables financiers des organismes membres de l'Union. Ces formations abordent un large éventail de sujets et sont organisées en collaboration avec l'unité «formation internationale», que dirige Nathalie Labourdette.

Ces «mastercourses», qui précèdent l'assemblée finances de l'UER, organisée chaque année, sont accessibles à tous les Membres, à condition toutefois que ceux-ci soient représentés par des délégués capables de s'exprimer en anglais, français ou russe. Le nombre de participants est limité à cinquante, afin que les délégués puissent tirer

pleinement profit de la formation dispensée.

Afin de veiller à ce que ces séminaires abordent des sujets d'actualité et répondent aux attentes des Membres, les services permanents établissent chaque printemps la liste des thèmes susceptibles d'être étudiés, puis demandent aux participants de l'assemblée finances de choisir les sujets qu'ils jugent particulièrement dignes d'intérêt. Les services permanents de l'UER s'efforcent ensuite d'inviter les orateurs les plus qualifiés.

Parmi les sujets étudiés dans le cadre de précédents séminaires figurent notamment l'affectation des résultats, les solutions pour réduire les coûts, ou l'évolution de la fonction des départements des finances.

Cette initiative a été lancée il y a six ans. Depuis, le séminaire finances de l'UER est devenu un rendez-vous indispensable et vivement apprécié.

Expériences partagées

Mais qui dit formation continue ne dit pas uniquement apprentissage de nouvelles méthodes de travail. À l'heure actuelle, un certain nombre de menaces pèsent sur les radiodiffuseurs de service public (concurrence,

autorités nationales, etc.). Si elle entend survivre, la radiodiffusion publique doit donc faire preuve de créativité et déployer tous les efforts nécessaires pour être à la pointe du progrès et de l'innovation. Au sein de la plupart des organismes membres de l'Union, les spécialistes des finances ont dû gérer toutes sortes de situations et ont été appelés à se pencher sur diverses questions financières. Or, ces expériences présentent un grand intérêt et valent la peine d'être partagées.

C'est là que l'assemblée finances de l'UER joue un rôle de premier plan. À l'instar des autres assemblées et de la commission des affaires juridiques et publiques, l'assemblée finances permet aux professionnels des finances des Membres de se réunir et d'étudier un certain nombre de sujets de grande importance, liés à la radiodiffusion de service public. En ce qui concerne les responsables financiers des Membres, il s'agit bien évidemment de questions essentiellement financières et comptables.

Lors de l'assemblée finances 2004, organisée par la RAI, les participants ont notamment abordé la question de la redevance. Le service de l'information stratégique de l'UER a donné une présentation destinée à montrer aux délégués que les recettes générées par la redevance diminuent d'année en année. La BBC a quant à elle insisté sur la nécessité de tout mettre en œuvre pour maintenir le niveau des recettes dégagées par la redevance. Les participants ont également pu s'intéresser à la situation des radiodiffuseurs d'Europe centrale et orientale, à l'occasion d'une présentation de la BNR, ainsi qu'aux méthodes de recouvrement de la redevance appliquées en Suède.

Parmi les autres sujets traités figuraient entre autres les différentes solutions envisageables en matière d'organisation d'un département des finances et le financement du passage au numérique, qui constitue souvent

une question épineuse. Phil Laven, le directeur du département technique de l'UER, a abordé ce thème sous un angle résolument pragmatique, en expliquant notamment les conséquences financières de l'adoption des nouvelles techniques de transmission et de production numériques.

En 2005, l'assemblée finances se déroulera à Istanbul, à l'invitation de TRT. Différents points sont inscrits à l'ordre du jour : les dangers qui guettent la radiodiffusion de service public, les futures sources de revenus, la question de la concurrence et les moyens d'y faire face, etc. Les délégués examineront également certains sujets liés aux nouvelles

réglementations européennes, notamment la nécessité d'établir des états financiers clairs et transparents, compte tenu du droit de regard exercé par le public.

Collaboration

Bien évidemment, nous savons pertinemment que, dès lors qu'il est question de changement, les apprenants peuvent acquérir de nouvelles connaissances d'autant plus facilement qu'ils sont réunis avec d'autres collègues de leur organisme. Là encore, c'est en collaboration avec l'unité « formation internationale » que le département des finances de l'UER a mis au point un atelier destiné à aborder toutes les questions liées aux finances et à la comptabilité dans le contexte de la radiodiffusion et de l'environnement des médias. Mis en place au sein de chaque organisme qui en fait la demande, il revêt une dimension véritablement interactive. Parmi les sujets abordés dans ce cadre figurent notamment la planification financière, l'établissement des états financiers, les investissements, ou encore les outils de communication les plus performants.

Ce séminaire se déroule pour la troisième année consécutive. À la demande de certains Membres, les ateliers de ces séminaires ont déjà été organisés à Bucarest, Skopje, Ankara, Moscou et Rabat et de nouveaux sont envisagés au Caire et à Sofia en 2005.

On a coutume de dire que l'on n'est jamais trop vieux pour apprendre. Et c'est bien vrai ! Mais l'apprentissage de nouvelles connaissances ne suffit cependant pas en tant que tel. Pour qu'une formation porte ses fruits, elle doit également permettre aux apprenants de nouer des contacts et de partager leurs expériences avec leurs collègues qui, dans d'autres organismes, travaillent dans le même secteur d'activité.

Je me félicite d'être en mesure de faciliter un tel processus.

Participants

agréés

Duna TV et l'URTI : deux nouveaux participants agréés

C'est le 3^e Sommet mondial des Hongrois, à Budapest à l'été 1992, qui lance l'idée d'une chaîne de télévision par satellite desservant tous les Hongrois.

Les choses s'accélérent immédiatement : la Fondation Hungária Television, qui détient les droits de propriété de la station, est instituée par la résolution du gouvernement du 7 octobre 1992 et Duna Television commence à émettre le 24 décembre 1992 sur le satellite Eutelsat II F3. Sándor Csoóri en est le premier président du conseil d'administration.

Une loi du 21 décembre 1995 transforme ensuite Duna Television en chaîne de service public et la Fondation Hungária Television devient une institution publique.

Les premiers « Cercles des amis de Duna Télévision » feront leur apparition en 1994 : on en compte aujourd'hui plus de 100 dans 19 pays. La fondation Duna Television sera créée en 1995, la fondation de production de documentaires Dunatáj en 1994 et l'atelier Duna en 1995.

Duna Television diffuse aujourd'hui ses programmes sur deux satellites Hot Bird, en analogique et en numérique. Elle a reçu de nombreuses récompenses et s'enorgueillit du prix du Patrimoine hongrois et de celui de Meilleure Chaîne de télévision culturelle du monde que lui a décerné la Société photographique, qui collabore avec l'UNESCO.

Restructuration

Depuis le 1^{er} janvier 2001, Duna Television a entrepris de restructurer ses programmes en revoyant son image globale. Outre la préservation des valeurs culturelles, les nouveaux responsables souhaitaient asseoir l'implantation de Duna Television en tant que chaîne d'information déterminante dans le bassin des Carpates. De nouveaux programmes d'actualités et des magazines seront donc mis en place, l'émission d'information du soir faisant peau neuve.

Les premiers programmes en hongrois de Duna Television aux États-Unis

sont diffusés depuis le 4 décembre 2002 et s'étendent à l'Australie et à la Nouvelle-Zélande dès le 15 mars 2003. Avec la mise en place de ces services, Duna Television remplit sa mission de chaîne de service public sur cinq continents.

Istvan Pekar a présidé Duna Television d'octobre 2000 au 21 septembre 2004. La présidence du conseil consultatif de la Fondation de la télévision hongroise, qui supervise tous les médias de service public en Hongrie, a confié ensuite la direction de la chaîne à Laszlo Szekeres, directeur financier adjoint, en attendant la nomination d'un nouveau président.

Les programmes

Actualités agricoles : agriculture, progrès techniques et technologiques, vaste plate-forme d'information sur toutes les cultures, l'élevage, la transformation des produits, le commerce et la forêt.

Le jour commence : magazine politique présentant aux Hongrois du monde les événements de Hongrie et d'ailleurs dans un système de valeurs européennes.

Les téléspectateurs de Duna Television de l'étranger peuvent

apprécier ce programme de deux heures et demie en direct. Entre le magazine d'information du matin, l'analyse de la presse et les actualités, l'émission détaille deux ou trois sujets d'actualité et comprend des débats politiques, des interviews et de la musique. Membres du gouvernement, hommes politiques hongrois et étrangers, personnalités publiques, artistiques et culturelles sont invités. Les rédacteurs s'efforcent de proposer des reportages brefs, crédibles et objectifs.

Euréka ! J'ai trouvé ! : programme de vulgarisation sur les avancées scientifiques et technologiques, la recherche-développement et l'éducation : une plate-forme pour les chercheurs et enseignants, qui présentent leurs travaux.

Régions : Duna Television installe six studios dans les régions pour des programmes de trente minutes :

- les journalistes de Nagyvárad, Arad et Temesvár contribuent au programme réalisé par le studio de Kolozsvár, qui couvre les événements de Gyulafehérvár, Nagyenyed, Déva, Vajdahunyad, Máramarosziget et Nagybanya ;
- le studio de Marosvásárhely couvre aussi la ville de Bucarest, d'où les correspondants rendent compte des travaux des organisations gouvernementales ;
- le studio de Székelyudvarhely bénéficie de l'aide de ses collègues de Gyergyószentmiklos, Sepsiszentgyörgy et Brassó et retransmet les nouvelles de Csángóföld ;
- le studio de Pozsony est

À la pointe

Depuis mars 2003, il est possible de regarder les programmes de Duna Television sur les téléphones portables avec le logiciel RealMedia, qui permet de lire les flux vidéo dans ce format. Grâce au système WAP sur lequel il est fondé, ce service est offert aussi bien aux téléspectateurs vivant en Hongrie qu'à l'étranger.

<http://wap.t-ones.hu/wml/c/musor/elo/tv/index.wml#id>

Téléchargement gratuit du logiciel RealOne Mobile Player sur <http://www.realnetworks.com/mobile/index.html>

Laszlo Szekeres

Aujourd'hui à la tête de Duna Television, Laszlo Szekeres travaille dans le secteur de la culture depuis 1980, d'abord comme directeur adjoint du service cinématographique du ministère de la Culture, puis au poste de directeur général de Mafilm.

Il passe ensuite cinq ans aux ambassades de Berlin et de Bonn en tant que conseiller financier. En 1992, premier directeur général de Duna Television, il en établit les bases techniques et financières.

À partir de 1996, il participe à la création de TV2, avant de devenir chef des investissements, puis responsable des productions à la télévision hongroise.

En 2001, il revient à Duna Television, où il occupe le poste de directeur et de vice-président. Laszlo Szekeres est docteur en sciences économiques de l'Université.

responsable de la région de Felvidek, y compris des centres d'information de Kassa, Fülek, Rimaszombat, Szepsi, Révkomárom, Rozsnyó et Dunaszerdahely ;

- tous les quinze jours, le studio d'Ungvár fait le point sur l'actualité de Káráatalja ;
- enfin, le studio de Szabadka couvre la région de Vajdaság, et l'actualité des Hongrois vivant en Croatie et en Slovaquie.

Actualités : plusieurs fois par jour les toutes dernières informations du bassin des Carpates et du monde entier.

Église vivante : demi-heure dominicale « porteuse de bonnes nouvelles » qui analyse les actualités religieuses.

Carrefour des métiers : politiques de l'emploi, marché du travail, problèmes d'emploi et d'éducation des adultes avec conseils et renseignements concrets. Des psychologues aident à contrer le sentiment d'impuissance face au changement. Programme pour les jeunes, pour les plus anciens qui recommencent une vie professionnelle, et pour les chômeurs.

Nouvelles des Carpates : six minutes tous les matins et huit minutes à 17h, qui permettent aux Hongrois de comprendre la vie de leurs compatriotes de l'étranger.

Notre siècle : documents d'archives et documentaires, avec l'aide d'historiens et d'analystes, sur les cinquante dernières années.

Aux États-Unis

Le programme en hongrois de Duna Television est disponible aux États-Unis sur abonnement, en DTH, depuis le 24 décembre 2002. Le signal est diffusé par le satellite America 5 d'Intelsat (position orbitale : 97° Ouest) et accessible dans toute l'Amérique du Nord. info@dunatv-america.com www.dunatvamerica.com.

*Coordonnées du satellite
Satellite : Intelsat America 5.
Position orbitale : 97° Ouest.
Fréquence de liaison descendante : 11 867 GHz. Polarisation : V.
Débit de symboles : 22 MS/s.
FEC : 2/3. Norme : MPEG2/DVB, conformité totale, codé.*

L'URTI

L'histoire de l'Université radiophonique et télévisuelle internationale* remonte à la fin de la Seconde Guerre mondiale. On cherche alors les moyens d'éviter d'éventuels conflits futurs et on place l'éducation et la culture au premier rang des moyens pour y parvenir. Les initiatives pour les propager sont multiples, notamment *via* la radio, et une idée voit le jour : les radios nationales diffusent certes des émissions culturelles, mais il faudrait qu'elles tiennent compte des efforts parallèles des autres pays.

Cette idée ressort de la Conférence générale de l'UNESCO à Mexico en 1947, mais l'initiative et la réalisation d'une organisation radiophonique internationale reviennent à Wladimir Porché, directeur de la radiodiffusion française, qui réunit à Nice, du 19 au 26 février 1949, le Congrès international de la radio culturelle, au cours duquel naît l'Université radiophonique internationale, URI, sous le

parrainage de l'UNESCO et de la Radiodiffusion française.

L'URI comptera très vite douze pays membres : l'Autriche, la Belgique, la Finlande, la France, la Grande-Bretagne, les Pays-Bas, l'Italie, le Luxembourg, Monte-Carlo, la Suisse, les États-Unis et la Pologne.

Le champ d'action de l'URI consistait à élaborer, diffuser et échanger librement des programmes culturels du niveau d'un enseignement universitaire libre.

Mais un phénomène ne pourra plus longtemps être ignoré : celui de la télévision, avec la multiplication des antennes. L'URI doit-elle s'en tenir à la parole, ou accueillir l'image ? Cette mutation avait en fait déjà débuté en 1957 avec la création d'une cinémathèque à l'URI. L'Université relève alors le défi et, en 1961, elle accueille la télévision et devient l'URTI.

L'image, un public plus vaste et surtout les apports de membres toujours plus nombreux vont alors contribuer au déploiement de l'URTI.

Activités

L'URTI constitue une base de programmes audiovisuels de référence. Tous les domaines de la culture y sont abordés, tous les problèmes universels de société y sont traités, toutes les cultures du monde y sont représentées, tel un kaléidoscope du patrimoine culturel mondial, fait d'images et de sons. La qualité de ces programmes est assurée par la réunion de commissions d'évaluation, que ce soit pour la radio ou la télévision.

La diffusion universelle de ces programmes sélectionnés est possible grâce à la mise en place d'une politique d'échanges fondée sur une réciprocité sans contraintes : les membres offrent des émissions selon leurs possibilités et les utilisent selon leurs besoins.

L'URTI assure la libre diffusion en négociant les droits d'auteur, en entretenant les supports techniques des programmes et en réalisant les copies nécessaires, sans autres frais pour ses membres que ceux de l'achat des bandes et de l'acheminement. Par

ailleurs, grâce au site www.urti.org, elle offre désormais à ses membres la possibilité de télécharger les émissions radio de la phonothèque en MP3.

L'URTI anime un réseau de collaboration entre télévisions et radios du monde entier, pour favoriser la recherche et l'échange d'informations dans le domaine de l'audiovisuel. Elle organise ponctuellement, avec l'aide d'organismes radio nationaux, des manifestations à vocation à la fois créative et formatrice. Des professionnels reconnus et des aspirants, venus de différents pays du monde, se réunissent dans des ateliers radio.

Aujourd'hui

Après plus d'un demi-siècle d'existence, l'URTI affiche un bilan prestigieux.

En effet, elle s'est consacrée à son entreprise de promotion de programmes culturels, sous les deux formes radiophonique et télévisuelle, grâce à deux prix internationaux : le Grand Prix international du documentaire et le Grand Prix international de la radio. Témoins de la reconnaissance de professionnels de l'audiovisuel, ces prix délivrent un label de qualité aux programmes primés aussi bien que sélectionnés. Et, bien sûr, ils sont un tremplin pour les jeunes réalisateurs.

Mais surtout, l'URTI bénéficie d'un réseau unique d'organismes de radio et de télévision, de contacts et de partenariats dans tous les milieux de la culture : musées, associations, organisations internationales, universités.

Néanmoins, l'URTI prend désormais un nouveau tournant. En même temps que l'industrie du cinéma, la télévision et la radio se tournent vers les nouvelles technologies de l'information et de la communication pour éprouver et instituer de nouveaux modes de diffusion, et inventent de nouveaux outils pour s'y adapter ; l'URTI prend le pari de s'investir dans les « nouveaux médias ».

Reflet des préoccupations des hommes telles qu'elles sont exprimées par les médias, l'URTI, pour que cette mutation des supports s'étende également aux contenus, désire élargir et enrichir les programmes qu'elle propose, au-delà du domaine proprement culturel, en mettant l'accent sur les problèmes de société, sur l'attitude de l'homme

face aux mutations politiques, économiques, scientifiques et écologiques au XXI^e siècle.

* *Le conseil d'administration de l'UER de décembre 2004 a admis l'URTI comme participant agréé avec accès à l'assemblée radio et aux réunions spécialisées radio : théâtre, fictions et documentaires.*

Les présidents

*Le président en exercice :
Jean-Paul Cluzel*

Après des études à l'Institut d'études politiques de Paris, à l'université de Chicago puis à l'ENA, Jean-Paul Cluzel entre à l'inspection générale des Finances. Il rejoint le cabinet du ministre des Affaires étrangères (1978), la direction du Trésor en tant que conseiller financier pour l'Afrique (1981), le cabinet du ministre délégué aux Affaires européennes (1986).

En 1992, Jean-Paul Cluzel est nommé directeur général de l'Opéra de Paris. En 1995, il est élu par le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA-France) président-directeur général de RFI.

Le 12 mai 2004, Jean-Paul Cluzel est élu par le CSA président-directeur général de Radio France.



Les présidents précédents

*Théo Fleischmann (1949 – 1965)
René Dovaz (1965 – 1976)
Gabriel de Broglie (1976 – 1987)
Roland Faure (1987 – 1997)
Jean-Pierre Teyssier (1997 – 1999)
Jean-Marie Cavada (1999 – 2004)*

Les partenaires

L'URTI travaille en étroite collaboration avec :

- *l'UNESCO*
- *la FAO*
- *l'UNICEF comité français : Fonds des Nations unies pour l'enfance*
- *la CIRCOM : Association européenne des télévisions régionales*
- *l'AIBD : Asia-Pacific Institute for Broadcasting Development*
- *le CMCA : Centre méditerranéen de la communication audiovisuelle*
- *la COPEAM : Conférence permanente de l'audiovisuel méditerranéen*
- *le CIRTEF : Conseil international des radios-télévisions d'expression française*
- *l'AIF : Agence intergouvernementale de la francophonie*
- *l'Union latine, institution de promotion et de diffusion de l'héritage commun et des identités du monde latin.*

Membres actifs

Albanie

RTVSH Radiotelevizioni Shqiptar
rtsh.sil.at

Algérie

ENTV/ENRS/TDA

Entreprise nationale de télévision
www.entv.dz

Entreprise nationale de radiodiffusion sonore

www.algerian-radio.dz

Télédiffusion d'Algérie

www.tda.dz

Allemagne

ARD Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen

Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland

www.ard.de

comprenant :

BR Bayerischer Rundfunk

www.br-online.de

HR Hessischer Rundfunk

www.hr-online.de

MDR Mitteldeutscher Rundfunk

www.mdr.de

NDR Norddeutscher Rundfunk

www1.ndr.de

RB Radio Bremen

www.radiobremen.de

RBB Rundfunk Berlin-Brandenburg

www.rbb-online.de

SR Saarländischer Rundfunk

www.sr-online.de

SWR Südwestrundfunk

www.swr.de

WDR Westdeutscher Rundfunk

www.wdr.de

DW Deutsche Welle

www.dwelle.de

DLR DeutschlandRadio

www.dradio.de

ZDF Zweites Deutsches Fernsehen

www.zdf.de

Andorre

RTVA Ràdio i Televisió d'Andorra, S.A.

www.rtvassa.ad

Autriche

ORF Österreichischer Rundfunk

www.orf.at

Bélarus

BTRC Belaruskaja Tele-Radio Campanija
www.tvr.by

Belgique

VRT/RTBF

Vlaamse Radio- en Televisieomroep

www.vrt.be

et Radio-télévision belge de la communauté française

www.rtbf.be

Bosnie-Herzégovine

JSBIH Javna Radio Televizijska servis

Bosnie i Hercegovine

www.pbsbih.ba

Bulgarie

BNR Bългарско Nationalno Radio

www.bnr.bg

BNT Bългарска Nationalna Televizija

www.bnt.bg

Chypre

CBC Cyprus Broadcasting Corporation

www.cybc.com.cy

Croatie

HRT Hrvatska Radiotelevizija

www.hrt.hr

Danemark

DR Danmarks Radio

www.dr.dk

TV2 TV2/Danmark

tv2.dk

Égypte

ERTU Egyptian Radio and Television

Union

www.ertu.gov.eg

Espagne

COPE Radio Popular SA Cope

www.cope.es

RTVE Radiotelevisión Española

www.rtve.es

comprenant :

RNE Radio Nacional de España SA

www.rtve.es/rne

TVE Televisión Española SA

www.rtve.es

SER Sociedad Española de

Radiodifusión

www.cadenaser.com

Estonie

ER Eesti Raadio

www.er.ee

ETV Eesti Televisioon

www.etv.ee

Finlande

MTV MTV Oy

www.mtv3.fi

YLE Oy Yleisradio Ab

www.yle.fi

France

E1 Europe 1

www.europe1.fr

GRF Groupement des radiodiffuseurs français

comprenant

TF1 Télévision française 1

www.tf1.fr

FT2 France 2

www.france2.fr

FT3 France 3

www.france3.fr

C+ Canal+

www.cplus.fr

SRF Radio France

www.radiofrance.fr

RFI Radio France internationale

www.rfi.fr

Grèce

ERT Elliniki Radiophonia – Tileorassi SA

www.ert.gr

Hongrie

MR Magyar Rádió

www.radio.hu

MTV Magyar Televízió

www.mtv.hu

Irlande

RTE Radio Telefís Éireann

www.rte.ie

Islande

RUV Ríkisútvarpið

www.ruv.is

Israël

IBA Israel Broadcasting Authority

www.iba.org.il

Italie

RAI RAI – Radiotelevisione Italiana

www.rai.it

Jordanie

JRTV Jordan Radio and Television Corporation
www.jrtv.jo

Lettonie

LR Latvijas Radio
www.radio.org.lv
LT Latvijas Valsts Televizija
www.ltv.lv

Liban

TL Télé-Liban

Libye

LJB Libya Jamahiriya Broadcasting
www.ljbc.net

Lituanie

LRT Lietuvos Radijas ir Televizija
www.lrt.lt

Luxembourg

CLT CLT Multi Media
www.rtl.lu
ERSL Établissement de radiodiffusion socioculturelle du grand-duché de Luxembourg
www.100komma7.lu

Ex-République yougoslave de Macédoine

MKRTV
www.mr.com.mk
www.mtv.com.mk

Malte

PBS
Public Broadcasting Services Ltd
www.pbs.com.mt

Maroc

RTM Radiodiffusion-télévision marocaine

Moldavie

TRM Teleradio-Moldova
www.trm.md

Monaco

GRMC Groupement de radiodiffusion monégasque
comprenant
RMC Radio Monte-Carlo
www.rmc.mc

TMC Télé Monte-Carlo

www.tmc.tv
MCR Monte-Carlo radiodiffusion
www.mcr.mc

Norvège

NRK Norsk Rikskringkasting AS
www.nrk.no
TV2 TV 2 AS
pub.tv2.no

Pays-Bas

NPB Netherlands Public Broadcasting
portal.omroep.nl
comprenant :
AVRO Algemene Omroepvereniging AVRO
central.avro.nl
EO Vereniging De Evangelische Omroep
www.eo.nl
KRO Katholieke Radio Omroep
www.kro.nl
NCRV Nederlandse Christelijke Radio Vereniging
info.omroep.nl/ncrv
NOS Nederlandse Omroep Stichting
www.nos.nl
VARA Omroepvereniging VARA
omroep.vara.nl
VPRO Omroepvereniging VPRO
www.vpro.nl
TROS Omroepvereniging TROS
www.tros.nl

Pologne

PRT Polskie Radio i Telewizja
comprenant :
PR Polskie Radio SA
www.radio.com.pl
TVP Telewizja Polska SA
www.tvp.com.pl

Portugal

RDP Radiodifusão Portuguesa SA
www.rdp.pt
RTP Radiotelevisão Portuguesa SA
www.rtp.pt

Roumanie

ROR Societatea Româna de Radiodifuziune
www.srr.ro
TVR Societatea Româna de Televiziune
www.tvr.ro

Royaume-Uni

BBC British Broadcasting Corporation
www.bbc.co.uk
UKIB United Kingdom Independent Broadcasting
comprenant :
ITV Network
www.itv.com
groupant :

ANG ITV Anglia Television
www.angliatv.com
BTV ITV Border Television
www.border-tv.com
CEN ITV Central Television
www.itvregions.com
CHA Channel Television
www.channeltv.co.uk
GPN ITV Granada Television
www.granadatv.com
GPN Grampian TV
www.grampiantv.co.uk
WALES ITV Wales Television
www.itvregions.com
WEST ITV West Television
www.itvregions.com
LDN ITV London Television
www.itvregions.com
MER ITV Meridian Television
www.meridiantv.com
STV Scottish TV
www.scottishtv.co.uk
TTT ITV Tyne Tees Television
www.tynetees.tv
UTV Ulster Television
www.utvinternet.ie
WES ITV Westcountry Television
www.itvregions.com
YTV ITV Yorkshire Television
www.yorkshiretv.com

C4 Channel 4 Television

www.channel4.com
C4C Sianel 4 Cymru
www.s4c.co.uk

Fédération de Russie

C1R Channel One Russia
www.1tv.ru
RDO Radio Dom Ostankino
comprenant
MK Mayak
www.radiomayak.ru
OP Radio Orpheus
VOR Voice of Russia
www.vor.ru
RTR Rossijskoe Teleradio
www.vgtrk.com

Saint-Marin

SMRTV San Marino RTV

www.sanmarinortv.sm

Serbie-et-Montenegro

RTS/RTCG

Radiotelevizija Srbije

www.rts.co.yu

Radiotelevizija Crne Gore

www.rtcg.cg.yu

Slovaquie

SR Slovensky Rozhlas

www.slovakradio.sk

STV Slovenská Televizia

www.stv.sk

Slovénie

RTVSLO Radiotelevizija Slovenija

www.rtvslo.si

Suède

STR Sveriges Television och Radio

Grupp

comprenant :

SVT Sveriges Television Ab.

(Swedish Television Company)

www.svt.se

SR Sveriges Radio Ab.

(Radio Suède)

www.sr.se

UR Sveriges Utbildningsradio Ab.

(Swedish Educational Broadcasting Company)

www.ur.se

TV4 TV4

www.tv4.se

Suisse

SRG/SSR SRG SSR idée suisse – Société

suisse de radiodiffusion et télévision

www.srg-ssr.ch

comprenant :

SF DRS Schweizer Fernsehen DRS

www.sfdrs.ch

SR DRS Schweizer Radio DRS

www.drs.ch

TSR Télévision suisse romande

www.tsr.ch

RSR Radio suisse romande

www.rsr.ch

RTSI Radiotelevisione svizzera di lingua italiana

www.rtsi.ch

SRI Radio Suisse internationale

www.swissinfo.org

RR Radio Rumantsch

www.rtr.ch

République tchèque

CR Cesky Rozhlas

www.rozhlas.cz

CT Česká Televize

www.czech-tv.cz

Tunisie

ERTT Établissement de la

radiodiffusion-télévision tunisienne

www.tunisiatv.com

Turquie

TRT Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu

www.trt.net.tr

Ukraine

NTU/NRU Natsionalna Telekompanya

Ukrainy et Natsionalna Radiokompanya

Ukrainy

www.ntu.org.ua

www.nru.gov.ua

Vatican (Cité du)

RV Radio Vatican

www.vaticanradio.org

Membres associés

Afrique du Sud

SABC South African Broadcasting Corporation

www.sabc.co.za

Arménie

PTVR Public Television & Radio

Armenia

comprenant :

PTV Public Television of Armenia

www.armtv.am

PR Public Radio of Armenia

www.armradio.am

Australie

ABC Australian Broadcasting

Corporation

www.abc.net.au

Free Free TV Australia

www.ctva.com.au

SBSC Special Broadcasting Service

Corporation

www.sbs.com.au

Bangladesh

NBAB National Broadcasting Authority

of Bangladesh

La Barbade

CBC Caribbean Broadcasting

Corporation

www.cbcbarbados.bb

Canada

CBC/SRC Canadian Broadcasting

Corporation / Société Radio Canada

www.cbc.ca

www.radio-canada.ca

Chili

UCC TV Corporacion de Televisión de la

Universidad Católica de Chile (Canal 13)

www.canal13.cl

Corée (République de)

KBS Korean Broadcasting System

www.kbs.co.kr

MBC Munhwa Broadcasting

Corporation

aboutmbc.imbc.com/info/english

Cuba

ICRT Instituto Cubano de Radio y

Televisión

Deux Membres ont présenté leur démission en 2004 avec effet en 2005 :

Membre actif : Commercial Radio Companies Association (GB)

Membre associé : Televisa SA de CV (Mexique)

Émirats Arabes Unis

EMI Emirates Media Inc.

www.emi.ae

UAERTVD United Arab Emirates Radio and Television – Dubai

États-Unis

ABC Capital Cities / American Broadcasting Companies Inc.

abc.go.com

CBS CBS Inc.

www.cbs.com

NPR National Public Radio

www.npr.org

NBC National Broadcasting Company Inc.

www.nbc.com

MPR Minnesota Public Radio

www.minnesota.publicradio.org

IBB International Broadcasting Bureau

www.ibb.gov

WFMT WFMT

www.wfmt.com

Gambie

GRTS Gambia Radio and Television Services

www.grts.gm

Géorgie

GTVR Georgian TV and Radio Broadcasting

www.geotvr.ge

TEME Telemedi

www.imedi.ge

Groenland

KNR Kalaallit Nunaata Radioa

www.knr.gl

Hong Kong

ATV Asia Television Ltd

www.atv.com.hk

RTHK Radio Television Hong Kong

www.rthk.org.hk

TVB Television Broadcasts Ltd

www.tvb.com

Inde

AIR All India Radio

air.indiaradio.com

Iran

IRIB Islamic Republic of Iran Broadcasting

www.irib.ir

Japon

ANB TV Asahi Corporation

www.tv-asahi.co.jp

FTN Fuji Television Network Inc.

www.fujitv.co.jp

NACB National Association of Commercial Broadcasters in Japan

www.nab.or.jp

NHK Nippon Hoso Kyokai

www.nhk.or.jp

NTV Nippon Television Network Corporation

www.ntv.co.jp

TBS Tokyo Broadcasting System Inc.

www.tbs.co.jp

TFM Tokyo FM Broadcasting Co. Ltd

www.tfm.co.jp

Malaisie

RTM Radio Television Malaysia

www.rtm.net.my

Maurice

MBC Mauritius Broadcasting Corporation

mbc.intnet.mu

Mauritanie

TVM Télévision de Mauritanie

Népal

NTVC Nepal Television Corporation

www.explorernepal.com/ntv

Nouvelle-Zélande

RNZ Radio New Zealand

www.radionz.co.nz

TVNZ Television New Zealand Ltd

www.tvnz.co.nz

Oman

ODGRT Oman Directorate General of Radio and Television

Pakistan

PTV Pakistan Television Corporation

www.ptv.com.pk

Sénégal

RTS Radiodiffusion télévision sénégalaise

www.rts.sn

Syrie

ORTAS Organisme de la radio-télévision arabe syrienne

Venezuela

RCTV/RCR Radio Caracas Televisión / Radio Caracas Radio

www.rctv.net

Zimbabwe

ZBC Zimbabwe Broadcasting Corporation

www.zbc.co.zw

Participants agréés

AH Antenna Hungária RT
www.ahrt.hu

ARTE ARTE geie
www.arte-tv.com

Duna TV Duna Television
www.dunatv.hu

EURONEWS EuroNews
www.euronews.net

FT5 France 5
www.france5.fr

JP MRD JP "MRD" (Macedonia Broadcasting)
www.jpbrd.gov.mk

MEBC MBC Limited – Middle East Broadcasting Centre
www.mbc1.tv

PBC Palestinian Broadcasting Corporation
www.pbc.gov.ps

RETE Retevisión
www.retevisión.es

RTRN Russian TV and Radio Broadcasting Network
www.rtrs.ru

SNTC Sentech (Pty) Ltd
www.sentech.co.za

TV5 TV5 Europe
www.tv5.org

URTI Université radiophonique et télévisuelle internationale
www.urti.org

Le conseil d'administration 2004 – 2005

Président

Arne Wessberg **YLE**

Vice-présidents

Christopher Baldelli **GRF/FT2**

Boris Bergant **RTVSLO**

Juan Buhigas **RTVE**

Fritz Pleitgen **ARD/WDR**

Administrateurs

Suppléants

Algérie **ENTV / ENRS / TDA**

Habib-Chawki Hamraoui (ENTV)

Zouaoui Benhamadi (ENRS)

Allemagne **ARD / ZDF**

Markus Schächter (ZDF)

Peter Voss (ARD/SWR)
Frank-Dieter Freiling (ZDF)
Fritz Pleitgen (ARD/WDR)

Belgique **VRT / RTBF**

Jean-Paul Philippot (RTBF)

Tony Mary (VRT)

Croatie **HRT**

Mirko Galic

Marija Nemcic

Danemark **DR**

Lars Vesterloekke (DR)

Peter Kyhl (DR)

Égypte **ERTU**

Hassan Hamed

Farida El Zomor

Espagne **RTVE**

Juan Buhigas

Pedro Gonzalez Martin

Fédération de Russie
RTR / C1R / RDO

Oleg Dobrodeyev (RTR)

Konstantin Ernst (C1R)
Armen Oganessian (RDO)
Dmitry Orlov (C1R)
Konstantin Zlobin (RTR)
Viktor Kopytin (RDO)

Finlande **YLE**

Arne Wessberg

Jussi Tunturi

France **GRF**

Christopher Baldelli

Jean-Noël Dibie

Grèce **ERT**

Christos Panagopoulos

Kostas Kekis

Italie **RAI**

Carlo Nardello

Augusto Bellavita

Pologne **PRT**

Jan Dworak (TVP)

Andrzej Siezieniewski (PR)

Portugal **RTP**

Gonçalo Reis

Antonio Ribeiro

Roumanie **TVR / ROR**

Valentin Nicolau (TVR)

Dragos Seuleanu (ROR)
Elena Spanily (TVR)

Royaume-Uni **BBC / UKIB**

Caroline Thomson (BBC)

Non désigné (UKIB)
Matteo Maggiore (BBC)
Simon Pitts (UKIB)

Suisse **SRG SSR idée suisse**

Armin Walpen

Gilles Marchand

Tunisie **ERTT**

Mustapha Khammari

Lofti Ben Nasr

Ukraine **NTU**

Taras Stetskiv

Pavlo Grytsak

Les unions sœurs

Asia-Pacific Broadcasting Union (ABU)

Secrétaire général : *David Astley*

2nd Floor, New IPTAR Building
Angkasapuri
50614 Kuala Lumpur, MALAYSIA

Tél. : + 60 3 2282 3592
Fax : + 60 3 2282 5292
e-mail : david.astley@abu.org.my
Website : www.abu.org.my

International Association of Broadcasting (IAB)

Directeur général : *Héctor Oscar Amengual*

Carlos Quijano 1264
C.P. 11100, Montevideo
URUGUAY

Tél. : + 598 2 9011319/9031879
Fax : + 598 2 9080458
e-mail : mail@airiab.com
Website : www.airiab.com

Arab States Broadcasting Union (ASBU)

Directeur général : *Abdelhafidh Harguem*

Boîte postale 250TC
1080 Tunis Cedex
TUNISIE

Tél. : + 216 70 838 855
Fax : + 216 70 838 705
e-mail : asbu@asbu.intl.tn
Website : www.asbu.net

Caribbean Broadcasting Union (CBU)

Secrétaire général : *Patrick Cozier*

Suite 1B, Building #6A
Harbour Industrial Estate
St. Michael, BARBADOS

Tél. : + 246 430 1006/1007
Fax : + 246 228 9524
e-mail : patrick.cozier@caribsurf.com
Website : www.caribunion.com

North American Broadcasters' Association (NABA)

Secrétaire général : *Michael McEwen*

P.O. Box 500, Station A
Toronto, ON M5W 1E6
CANADA

Tél. : + 1 416 598 9877
Fax : + 1 416 598 9774
e-mail : contact@nabanet.com
Website : www.nabanet.com

Organización de Telecomunicaciones Iberoamericanas (OTI)

Secrétaire général : *Miguel Diez De Urdanivia*

Vasco De Quiroga 2000, Anexo Edificio «B»
Santa Fe
01210 México D.F., MEXICO

Tél. : + (52 55) 5261 3622
Fax : + (52 55) 5261 3607/3608
e-mail : mdiez@oti.tv
Website : www.oti.tv

Union des radiodiffusions et télévisions nationales d'Afrique (URTNA)

Secrétaire général : *Andrew Onalenna Sesinyi*

101, rue Carnot
Dakar, SÉNÉGAL

Tél. : + 221 821 1625/821 5970
Fax : + 221 822 5113
e-mail : urtnadkr@sentoo.sn
Website : www.urtna.net
www.cturtna.org

World Broadcasting Unions (WBU)

c/o NABA (voir plus haut)



Bureaux

Siège social

UER

Ancienne Route 17
CH-1218 Grand-Saconnex
SUISSE

Tél. : + 41 (0) 22 717 21 11

Fax : + 41 (0) 22 747 40 00

ebu@ebu.ch

www.ebu.ch

www.eurovision.net

À Bruxelles, dans la «Maison de l'audiovisuel», située à côté du Parlement européen, l'UER défend la cause de l'audiovisuel public. Les plus importants radiodiffuseurs européens y ont également leurs bureaux. Cette «Maison de l'audiovisuel» est ouverte à tous les Membres.

Bruxelles

UER

50 rue Wiertz
1050 Bruxelles
BELGIQUE

Tél. : + 32 (0) 2 286 91 15

Fax : + 32 (0) 2 286 91 10

brussels@ebu.ch

Les bureaux de New York, Washington DC, Moscou, Singapour et Madrid participent aux opérations du réseau Eurovision. Ils s'assurent notamment que les services du réseau répondent aux exigences des producteurs de programmes et d'actualités travaillant dans chacune de ces régions du monde. Chaque année, l'Eurovision distribue plus de 30 000 sujets d'actualité et le réseau transporte plus de 15 000 heures de transmissions sportives.

Washington

EBU

2000 M Street, NW
Washington DC 20036

ÉTATS-UNIS

Tél. : + 1 202 293 93 71

Fax : + 1 202 887 03 37

ebu@ebusht.com

New York

EBU

CBS Broadcast Center
Room 4330

524 West 57th Street

New York, NY 10019

ÉTATS-UNIS

Tél. : + 1 212 265 32 88

Fax : + 1 212 956 79 30

ebu@ebunwyk.com

Moscou

EBU

c/o Hotel Rossiya - Room 12079

Ulitsa Varvarka 6

Moscow

FÉDÉRATION DE RUSSIE

Tél. : + 7 095 232 44 96

Fax : + 7 095 232 44 97

ebumoscov@ebu.ch

Singapour

EBU

Singapore Coordination

Office Suite No. 15-11/13

100 Beach Road, Shaw Tower

SINGAPOUR 189702

Tél. : + 65 6224 9335

Fax : + 65 6224 9382

ebusgpr@ebu.ch

Madrid

EBU

Edificio Prado del Rey

Centro RTVE - Despacho 2/091

E-28223 Pozuelo de Alarcon

Madrid

ESPAGNE

Tél. : + 34 91 581 73 48

Fax : + 34 91 581 79 31

operacionesuer@rtve.es