

## DOSSIER : EUROPE AUDIOVISUELLE

### **Eurovisioni XVII**

#### **Programme MEDIA et télévision**

*Carlo Ripa di Meana, ancien commissaire européen de l'audiovisuel, président du CNP ;*

*Henry Ingberg, secrétaire général du ministère de la Communauté française de Belgique*

2

#### **Normes et nouvelles relations**

##### **Télévisions à péage et cinéma européen**

*Giuseppe Sangiorgi, commissaire AGCOM (Autorité pour les garanties dans les communications) ;*

*Emmanuel Gout, président et administrateur, Cinecittà World S.p.A., ancien PDG Telepiù Italia ;*

*Jean-Noël Dibie, délégué à la direction des Relations internationales, France Télévision*

4

#### **Les droits sportifs: moteur de l'industrie audiovisuelle ?**

*Michèle Cotta, Présidente du groupe AB-Sat et chargée de mission du président de la Ligue professionnelle française de football ;*

*Michel Fansten, porte-parole du groupe médias de l'Académie des sciences morales et politiques*

7

#### **Cinéma numérique européen : nouveaux défis**

*Francesco Alberoni, membre du conseil d'administration de la RAI*

*Gaetano Stucchi, membre du conseil de direction de Eurovisioni*

10



**Carlo Ripa di Meana,**  
Ancien commissaire européen de l'audiovisuel, président du CNP,  
**Henry Ingberg,**  
Secrétaire général du ministère de la Communauté française de Belgique

## Quel futur ?

Pour l'audiovisuel, les systèmes américain et européen organisent des mécanismes publics de soutien et d'aide dont les modalités sont différentes. Cela entraîne toujours des confrontations et contentieux, mais parfois aussi des collaborations.

L'enjeu est clairement apparent à l'Organisation mondiale du commerce (OMC), où l'Union européenne, contrairement aux États-Unis, refuse d'inscrire l'audiovisuel.

Les règles de l'OMC s'opposent, en principe, à l'octroi d'aides publiques, ce qui est contraire à la politique de soutien à l'audiovisuel par les États membres et par l'Union européenne elle-même, notamment avec le programme MEDIA.

La Commission a terminé l'évaluation à mi-parcours du programme MEDIA PLUS, ainsi que la synthèse des réactions des États membres, des propositions des professionnels et des débats organisés avec les experts. Le programme MEDIA PLUS vient à échéance le 31 décembre 2005. Le Conseil et le Parlement européens devraient le prolonger jusqu'à la fin 2006, pour aligner le programme

MEDIA sur l'échéance budgétaire de la Commission.

### Globalement positif

Le programme MEDIA, jugé globalement positif, joue un rôle déterminant pour l'audiovisuel européen et particulièrement pour le cinéma. Cependant, les résultats du cinéma européen restent décevants, surtout pour la diffusion des films européens non nationaux. Une minorité de films européens échappe à l'enfermement dans les frontières nationales. Les raisons de cette situation sont à trouver notamment dans le déficit de marketing : les films américains sont doublés dans les langues étrangères et bénéficient du double de copies pour les salles. La promotion est faite dès la première étape du film, la mise à disposition, dans des conditions avantageuses, de copies des films américains assure leur implantation dans les PECO et dans les pays émergents sur la base contestée d'un système d'exonération fiscale à l'exportation.

Le programme MEDIA a créé une réaction positive pour le film européen, notamment grâce aux aides

sélectives – et surtout automatiques – à la distribution ainsi qu'à la promotion. L'aide au développement joue également un rôle majeur.

La poursuite du programme est donc déterminante, avec la nécessité d'accroître les moyens investis, tout en renforçant leur efficacité.

### Propositions

Les membres de l'atelier réagissent donc sur plusieurs plans :

- I promouvoir la présence accrue des films européens dans les télévisions européennes, sur une base incitative, sans nouvelles règles, en préservant au moins les quotas de la directive TVSF. Pour encourager les télévisions à multiplier les émissions originales et innovantes de promotion et d'information sur le cinéma européen, il faut prévoir une nouvelle ligne d'action dans le programme MEDIA.

Des mécanismes de financement ont été proposés, comme la possibilité pour les télévisions d'aller au delà des plafonds publicitaires fixés par la directive, en contrepartie d'un effort chiffré et renforcé dans la diffusion des films européens non nationaux.

Les chaînes publiques ont un rôle particulier à jouer pour relever ce défi, non seulement dans le cadre des services généralistes, mais aussi à travers les nouveaux services numériques et *en ligne* qu'elles sont en train de développer.

- II pour améliorer la compétitivité du secteur audiovisuel, le programme MEDIA doit valoriser les spécificités de l'industrie audiovisuelle européenne, fondée sur un tissu actif et créatif de petites et moyennes entreprises, et s'appuyer aussi sur la Banque européenne de l'investissement.
- III Le système européen n'est pas un système fermé : il doit également favoriser la diffusion des films des pays tiers, sur la base du principe de réciprocité, en mobilisant prioritairement les fonds de coopération de l'Union européenne.
- IV Éviter le cloisonnement entre les différents niveaux du programme MEDIA, en développant une vision intégrée des mécanismes de soutien, sans mettre à mal les dispositifs existants. Par exemple, la promotion et le marketing doivent être prévus dès le stade initial d'un projet. De même, les formations destinées aux professionnels doivent être davantage articulées avec ces projets.
- V Assurer une meilleure prise en considération du rôle d'Eurimages, qui intervient pour les coproductions européennes. Cela pourrait se faire par la participation directe de l'Union européenne dans Eurimages.
- VI Renforcer et légitimer les soutiens des États membres à la production audiovisuelle. La prolongation de la validité de la communication de la Commission sur le cinéma et des autorisations données aux mécanismes de soutien nationaux est de première urgence. Le rôle de

l'EFAD (regroupement des agences nationales du cinéma européen) doit être reconnu comme établissant un réseau de solidarité entre les cinématographies nationales européennes. Il favorise une coopération active entre les États et peut assurer la valorisation et la combinaison des mécanismes de soutien nationaux. L'EFAD pourrait intervenir dans l'évaluation de la compatibilité des mécanismes nationaux de soutien avec le Traité européen. Elle rejoindrait les objectifs de corégulation mis en avant par l'Union européenne pour la régulation de l'espace audiovisuel européen.

- VII Le programme MEDIA, Eurimages, l'EFAD et l'Observatoire européen de l'audiovisuel peuvent former une trame d'intervention dont tous les éléments joueront en synergie avec les autres. La même synergie sera encouragée avec les télévisions européennes (en collaboration avec l'UER et l'ACT).



- VIII Du point de vue financier, il faut également être attentif à utiliser de manière optimale les différentes lignes budgétaires de l'Union européenne : fonds structurels, fonds de coopération, fonds régionaux, société de l'information, etc.

- IX La numérisation de la production et de la diffusion ouvre des perspectives nouvelles, notamment en permettant la diffusion simultanée en plusieurs langues et en offrant une alternative au coût des copies des films (voir article

page 10). Il faut cependant prévoir comment gérer les phénomènes de copie et de piratage qui affecteront ce nouveau support numérique. Tenant compte des problèmes majeurs rencontrés par l'industrie musicale, les mesures politiques, juridiques et techniques devraient être prises rapidement pour éviter que le cinéma connaisse la crise vécue actuellement par ce secteur.

- X Un but essentiel est de former les jeunes, public de demain, en déclenchant des initiatives multiples combinant télévision, médias, salles de cinéma, cinémathèques et écoles, creusets de ce futur public. L'action volontariste des Cinedays, initiée par la commissaire Reding, représente un bon modèle de ce qui peut être fait de manière percutante, même avec des budgets limités.

À l'aube du quatrième programme MEDIA, les débats se sont accélérés, précisés et démocratisés durant les présidences grecque et italienne. Le moment est venu d'articuler – et

donc de renforcer – tous les systèmes d'appui nationaux et européens pour en faire un dispositif cohérent assurant l'unité dans la diversité.

*Ces propositions ont été adressées à Giuliano Urbani, ministre de la Culture de l'Italie, qui préside actuellement l'Union, et aux présidences futures (Irlande, Pays-Bas, Luxembourg, Royaume-Uni), qui auront à décider de l'avenir du programme MEDIA, ainsi qu'à la Commission, pour son travail d'évaluation et de préparation.*

# TV à p

Giuseppe Sangiorgi, *commissaire AGCOM (Autorité pour les garanties dans les communications)*  
Emmanuel Gout, *président et administrateur, Cinecittà World S.p.A., ancien PDG Telepiù Italia*  
Jean-Noël Dibie, *délégué à la direction des Relations Internationales, France Télévision*

## Quel cadre de normes et quelles nouvelles relations entre les télévisions à péage et l'industrie cinématographique et audiovisuelle européenne ?

Giuseppe Sangiorgi, estimant que des offres de haute qualité trouvent leur public à la télévision, s'est interrogé sur l'avenir du système dual de la télévision, spécificité européenne organisant la coexistence entre opérateurs publics et privés en clair et cryptés.

Jean-Noël Dibie a proposé dix questions à l'atelier et souligné l'importance qu'il y a à s'interroger sur les motivations et les capacités des téléspectateurs au regard des télévisions à péage : les journées n'auront jamais que vingt-quatre heures et le budget des ménages n'est pas illimité.

Enfin, André Lange, de l'Observatoire européen de l'audiovisuel, a dressé un état des lieux de la télévision à péage

en Europe, distinguant dans sa présentation trois grandes familles d'entreprises de télévision à péage :

- les chaînes premium commercialisées individuellement,
- les ensembliers de programmes (packagers) commercialisant les bouquets,
- les chaînes thématiques.

Il a mis en évidence la difficile situation financière de ces opérateurs et la faible contribution des télévisions à péage au financement de la production nationale et européenne (à l'exception de Canal+ dans sa première phase).

### Conclusions de l'atelier

#### I Le numérique a-t-il pour corollaire l'éclatement de l'offre audiovisuelle et la remise en cause des chaînes généralistes ?

L'atelier répond positivement, faisant valoir que la généralisation de la télévision numérique entraînera de profondes modifications de la chaîne de valeurs des industries audiovisuelles, l'intégration horizontale tendant à se substituer à l'intégration verticale.

Pour l'atelier, il est essentiel que les États membres s'attachent à

# Co-financement

et cinéma européen



préserver la diversité culturelle par des dispositions de soutien et d'encouragement à la production nationale, dans le respect de règles communautaires de la concurrence.

Pour illustrer ce propos, les participants ont souligné la diminution significative des contributions de Sky, comparées à celles de Telepiù.

L'atelier a également estimé que, sur ce marché ouvert, les chaînes généralistes continueront à réunir de larges audiences.

## II La télévision de service public est-elle un modèle condamné par la loi du marché ?

Non, répond l'atelier, tout en mettant en évidence le rôle de la puissance publique en tant que garant du pluralisme et de l'indépendance des médias audiovisuels.

Sur ce point, il a notamment été souligné que cette responsabilité est en Europe assurée par les États membres dans le respect du cadre communautaire.

## III Quel avenir pour les chaînes premium à péage ?

Constatant la fin du modèle premium de Canal+, l'atelier a estimé que l'évolution de l'offre à péage favorise le développement de chaînes «premium thématiques» qui trouveront leur public dès lors qu'elles satisfont à des attentes clairement identifiées (secteur de niche).

## IV Les bouquets peuvent-ils permettre de gérer la transition de la rareté à l'abondance de l'offre audiovisuelle ?

Oui, estime l'atelier : d'après lui, ces bouquets vont proposer, outre des programmes audiovisuels, des services interactifs à vocation

citoyenne. Toutefois, la préservation de l'accès d'éditeurs tiers à ces bouquets doit pouvoir se faire dans la transparence et de façon non discriminatoire.

## V Câble, satellite, TNT, services en ligne et offline, vecteurs de diffusion et de programmation : concurrents, ou complémentaires ?

Dans le cadre du développement irréversible de la diffusion numérique, la télévision numérique terrestre s'impose. Toutefois, le positionnement de la TNT au regard des offres numériques, câble et satellite, va être fonction des spécificités de chaque marché national. La TNT, télévision numérique pour tous, permettra notamment de satisfaire aux attentes de proximité des téléspectateurs.

Dans cette logique de complémentarité sur un marché concurrentiel, il conviendra d'adopter des dispositions de soutien et d'encouragement à la production audiovisuelle nationale et européenne, qui vont devoir être organisées dans la transparence en tenant compte de la capacité d'investissement par heure de diffusion de chaque type d'opérateur.

## VI et VII Le rôle des producteurs est-il remis en cause par l'éditeur de programmes, nouvel intervenant dans la chaîne audiovisuelle ? Quel rôle pour l'éditeur ?

S'inscrivant dans la logique de l'intégration horizontale, l'atelier estime que, dans le nouvel environnement numérique, l'éditeur va avoir un rôle déterminant qu'il ne pourra exercer qu'en liaison étroite avec les producteurs, «entrepreneurs, rassembleurs de talents».

## VIII L'offre audiovisuelle à péage, garantie, ou menace, de la

## liberté de création, indissociable de la diversité des expressions culturelles ?

Question essentielle pour assurer la démocratie audiovisuelle. L'atelier considère qu'il devrait être prioritaire pour les pouvoirs publics de garantir, d'une part, l'accès aux plates-formes, et, d'autre part, la complémentarité des diffusions multisupports.

L'atelier, constatant les limites de l'autorégulation dans des situations de monopole de fait, recommande l'adoption au niveau national de mesures transitoires d'encadrement et de soutien, dans le respect du droit communautaire. L'importance qu'il y a à lutter contre la piraterie, préjudiciable non seulement aux opérateurs de service audiovisuel, mais aussi aux créateurs, a été soulignée.

## IX La télévision à péage, «cheval de Troie de la globalisation» ?

L'atelier estime que les pratiques commerciales de «packaging» des majors américaines, comme l'organisation mixte de la distribution, ne favorisent pas la circulation et la diffusion d'œuvres européennes.

## X Le péage sera-t-il, à terme, la première source de financement de l'industrie audiovisuelle ?

Comme illustré par la présentation de l'Observatoire européen de l'audiovisuel, l'atelier répond non, estimant que les structures actuelles de financement, financement public, recettes publicitaires et sponsoring, abonnements et paiements à la demande, contribueraient ensemble au financement de la télévision numérique. À ces ressources viendra notamment s'ajouter le paiement de services interactifs.

# Les droits sportifs: moteur de l'industrie audiovisuelle ?

**Michèle Cotta**, Présidente du groupe AB-Sat

et chargée de mission du président de la Ligue professionnelle française de football

**Michel Fansten**, porte-parole du groupe médias de l'Académie des sciences morales et politiques

## Malgré la diversité des points de vue...

...un accord très général est apparu concernant le diagnostic sur la situation actuelle, conduisant à une approche convergente des solutions à envisager.

### Le diagnostic

Pendant plus de quinze ans, les droits versés pour la retransmission des grandes manifestations sportives ont augmenté de manière spectaculaire. Un chiffre significatif : les droits mondiaux versés pour la retransmission de la Coupe du monde de football sont passés de 84 millions d'euros en 1998 à 746 millions d'euros en 2002, pour atteindre 1 milliard d'euros pour 2006.

Certes, cette inflation des droits n'a concerné que quelques sports très

populaires comme le football ou la Formule 1, quelques grandes compétitions, mais elle a eu des effets d'entraînement sur le sport dans son ensemble.

Cette progression des sommes consacrées au sport par les télévisions a en effet été alimentée par la concurrence entre les chaînes en clair, puis par la concurrence entre les chaînes en clair et les chaînes payantes, puis par la concurrence entre chaînes payantes, avant d'être relayée, dans la période récente, par l'anticipation spéculative des profits attendus des exploitations sur Internet.

### Coup d'arrêt

Ce mouvement connaît actuellement un coup d'arrêt d'autant plus brutal qu'il intervient après une croissance continue que rien ne semblait pouvoir interrompre.

Pourquoi ce coup d'arrêt ? Deux types de raisons :



- les prix demandés ont atteint des sommets tels qu'il devient de plus en plus difficile aux chaînes de les rentabiliser par des ressources publicitaires ou par de nouveaux abonnements,
- les facilités financières obtenues par les différents intervenants auprès des banques ou des marchés financiers ont disparu avec l'explosion de la bulle spéculative.

Le retournement intervenu a d'ores et déjà entraîné des faillites spectaculaires, comme celles du group Kirsch en Allemagne ou de l'opérateur de télévision numérique terrestre *On Digital* en Grande-Bretagne. Il a entraîné, partout en Europe, des situations financières préoccupantes, voire catastrophiques, pour la plupart des clubs de football profession-nel.

À la concurrence entre chaînes pour acquérir les droits se sont ainsi superposés les conflits d'intérêts entre les acteurs du secteur pour préserver leurs ressources et reporter sur d'autres les charges nouvelles ou les économies nécessaires. Les tensions qui en résultent sont aggravées par l'organisation du marché des droits sportifs et par les abus de position dominante de certaines des entreprises concernées.

Les tendances s'observent à plusieurs niveaux :

- une pression pour contourner les limitations introduites en matière de publicité par les régulations nationales et européennes : publicités illicites comme l'alcool ou le tabac, publicités subliminales et publicités en dehors des inserts autorisés,
- une pression pour échapper au contrôle économique, financier ou fiscal des transactions, par le biais d'accords de cession forfaitaires,
- une pression de certains groupes pour contrôler l'ensemble de la chaîne de l'image, depuis l'organisation de la compétition jusqu'à la fourniture du signal, avec le risque que les besoins du «sport-spectacle» l'emportent sur les exigences du droit à l'information,
- une marginalisation croissante d'une majorité de sports et de clubs au profit des quelques compétitions et des quelques clubs réputés les plus médiatiques.

## Garde-fou

Face à ces risques, perceptibles depuis longtemps, les autorités nationales européennes ont tenté de

mettre en place des garde-fou en posant un certain nombre de règles concernant la concurrence et l'organisation du marché, et en réservant aux chaînes en clair la couverture des événements d'importance majeure, comme ceux qui comportent la participation des équipes nationales dans les grandes compétitions internationales.

Ces mesures nécessaires se révèlent insuffisantes.

Les règles de concurrence sont fréquemment contournées chaque fois que l'un des acteurs de la cession de droits est en position de le faire et, surtout, elles ne concernent potentiellement que les transactions commerciales, au détriment des garanties concernant le droit à l'information dans la couverture des manifestations ; de plus, elles ignorent les autres dimensions, culturelles ou éthiques, du sport dans la société.

À l'inverse, s'agissant des événements d'importance majeure, des listes ont effectivement été établies dans les différents pays de l'Union européenne, préservant l'accès du public à l'information, mais rien n'a été prévu quant aux conditions commerciales de l'acquisition par les chaînes en clair des droits de retransmission correspondants.



## Les solutions

Éviter une crise majeure implique un double effort de régulation au niveau national ou au niveau européen.

Pour l'ensemble des intervenants, un mot résume les mesures à envisager, *transparence* :

- transparence dans les transactions, en particulier dans tout ce qui relève des contrats et de la facturation,
- transparence dans l'organisation des appels d'offres et dans la fixation des conditions de la cession,
- transparence dans la négociation : il apparaît indispensable de réduire tout ce qui peut s'apparenter à un abus de position dominante, et notamment de prévoir des dispositifs anticoncentration pour éviter qu'un même organisme puisse contrôler à la fois l'organisation d'une manifestation, la production des images et la négociation des droits qui leur sont associés.

Il s'agit également de donner les moyens au diffuseur final de contrôler le signal pour éviter les insertions illicites et de prévoir la mise en place

de chartes que les sociétés, productrices de ces images, s'engageraient à respecter.

S'agissant plus spécifiquement des événements retenus par chaque pays comme étant d'importance majeure, il paraît nécessaire d'imaginer un mode de détermination des droits à verser par les chaînes en clair, cohérent avec la réalité des marchés concernés, joint à la possibilité, en cas de blocage, de recourir à un arbitrage.

La question de la gestion individuelle des droits par les clubs, et des déséquilibres qu'elle introduit au détriment de ceux d'entre eux qui ne sont pas en position de force dans la négociation, a été évoquée.

Les unions sportives ont vocation à assurer la solidarité indispensable entre l'ensemble des clubs participant à une compétition. Il paraît aujourd'hui difficile, dans plusieurs pays, de revenir à la négociation collective par les unions sportives, en Italie, par exemple. En tout état de cause, il apparaît cependant nécessaire de prévoir des dispositifs permettant de préserver, sous une forme ou sous une autre, cette solidarité.

## Cinéma numérique européen

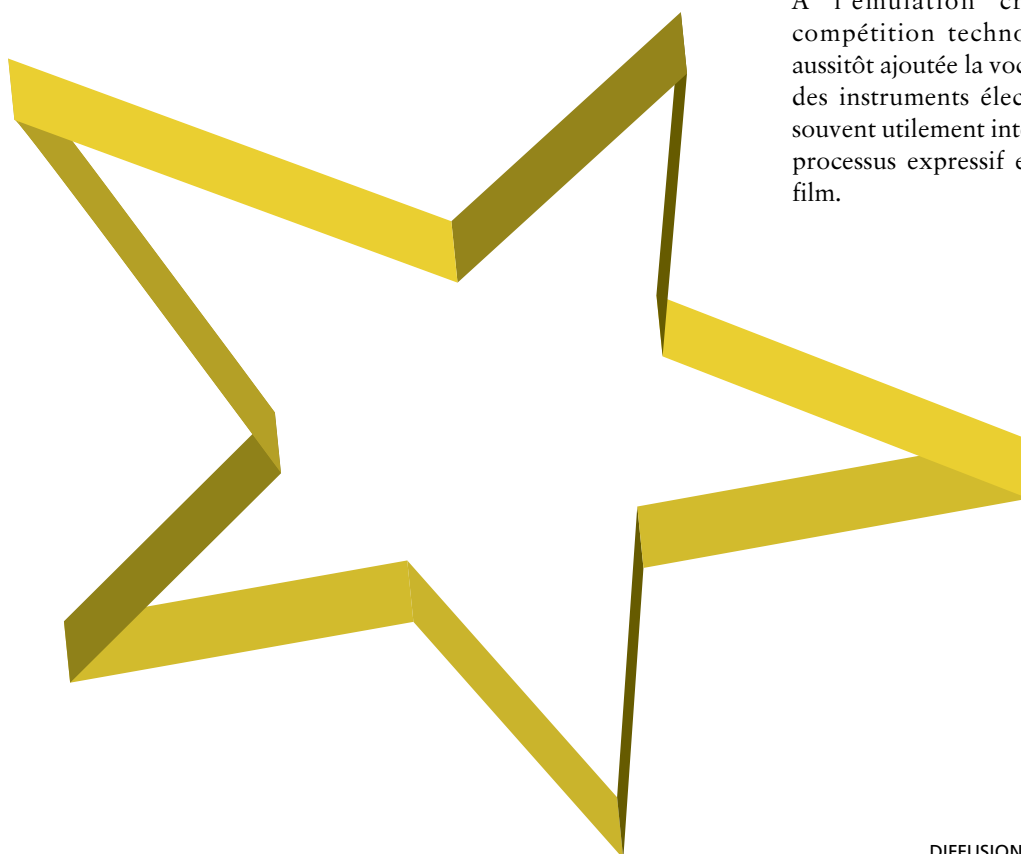
# nouvea

Francesco Alberoni, *membre du conseil d'administration de la RAI*  
Gaetano Stucchi, *membre du conseil de direction de Eurovisioni*

Possibilités et défis des nouvelles technologies que doit affronter le cinéma européen.

La cour que les technologies électroniques font au cinéma dure, avec plus ou moins de bonheur, depuis de nombreuses années, ou plutôt de nombreuses décennies. Depuis que la télévision a commencé à produire ses propres images et ses histoires, poursuivre et talonner le cinéma comme art des images en mouvement a été une obsession constante et pas toujours salutaire.

À l'émulation créative, à la compétition technologique, s'est aussitôt ajoutée la vocation ancillaire des instruments électroniques, très souvent utilement intégrables dans le processus expressif et productif du film.



# UX défis

Depuis combien de temps les studios hollywoodiens, les auteurs comme Hitchcock, Jerry Lewis, Hawks et beaucoup d'autres ont-ils commencé à recourir au tournage électronique parallèlement à celui sur 35 mm, comme à un instrument précieux pour le raffinement de leur éventail expressif comme de leurs performances productives ? Pas de nombreuses années, mais de nombreuses décennies.

Cette fonction de service et la capacité de fécondation expressive de la reproduction électronique par rapport au cinéma se sont entrelacées progressivement et d'une manière de plus en plus étroite : *jusqu'à l'arrivée du numérique, lorsque ces deux aspects de l'échange entre cinéma et électronique ont subi une explosion et un approfondissement irréversibles, confirmant ainsi la nature plus essentielle de la nouvelle infrastructure technologique : celle d'un formidable accélérateur et intégrateur des pratiques sociales et surtout communicatives.*

Le double effet s'articule aujourd'hui sur un nombre croissant de terrains et segments du «système cinéma» :

- sur la protection de la propriété intellectuelle et des droits liés aux œuvres de création en général ;

- sur la restructuration et l'intégration des procédés productifs et créatifs, qui fonctionnent toujours moins comme les phases séparées d'un taylorisme audiovisuel, qu'au contraire comme les moments toujours plus raccourcis et interdépendants d'une même conception et exécution de l'œuvre ;
- sur les mécanismes économiques de la distribution, par l'abréviation de ses cycles et de l'ensemble de sa chronologie commerciale, pour une nouvelle simultanéité des diverses formes de commercialisation et de consommation ;
- sur les nouveaux défis créatifs et technologiques, liés à la manipulation des images réelles et à la multiplication des possibilités offertes par les images de synthèse, en particulier celles produites par l'animation 3D et la réalité virtuelle.

D'un point de vue encore plus global et structurel, les possibilités spécifiques du numérique et du nouveau cadre technologique en général (du DVD au satellite, d'Internet au WiFi) ont contribué à redéfinir un équilibre plus sain et réaliste entre les deux âmes de l'univers cinématographique et audiovisuel : celle de la création et du divertissement et celle de l'éduca-

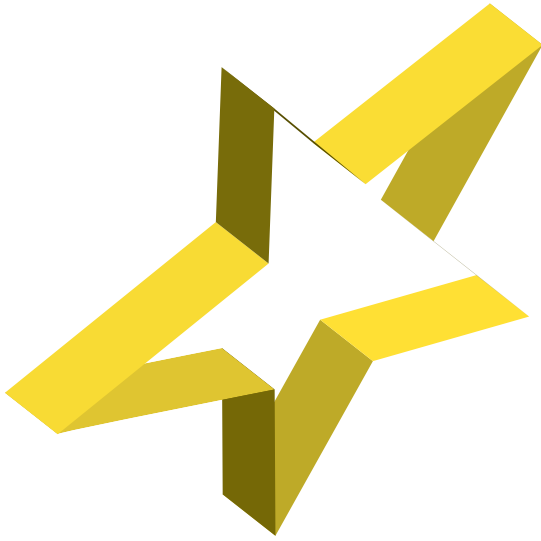
tion au sens strict, relançant clairement cette dernière à travers l'exaltation des nouvelles capacités interactives et de la portée massive de l'audiovisuel comme véhicule d'information et de connaissance, puissante infrastructure collective et instrument pratique, flexible et personnalisé de communication sociale.

En somme, le numérique agit sur les langages et les pratiques audiovisuelles exactement comme le «formidable accélérateur» que nous voyons à l'œuvre dans tant de secteurs de notre vie sociale.

Au cours de ce séminaire, nous voulons réfléchir aux effets positifs et de croissance que cette migration technologique est en train d'engendrer (ou pourra bientôt engendrer) sur l'industrie et la création audiovisuelles.

En particulier, nous voulons réfléchir :

- aux progrès de la lutte anti-piraterie, en opposition avec la facilité, toujours plus grande et plus inquiétante, d'accès gratuit et abusif à la valeur ajoutée créée par les auteurs et producteurs ;
- à la prochaine, possible et profonde réorganisation de la distribution et des salles de cinéma, c'est-à-dire



des temps et modes de parcours suivis par les œuvres avant d'atteindre leur destination finale : les spectateurs/consommateurs ;

- à toutes les modifications qui en découlent dans les modèles professionnels et économiques de ce cycle commercial, qui est à la base du fonctionnement économique de toute l'industrie audiovisuelle ;
- enfin, à l'évolution, aussi bien ontologique que linguistique, des vieilles images «analogiques», qui aujourd'hui renaissent numériques, comme outil tout-puissant de visualisation sans limites de la fantaisie créatrice et visionnaire des auteurs : des effets spéciaux, désormais sans frontières, à l'univers parallèle de l'animation 3D et de la réalité virtuelle.

Le numérique n'est donc plus «au service» du cinéma : il en a pénétré le cœur et l'essence, les techniques et les procédures, sans en modifier substantiellement la nature, sans supprimer rien de sa jeune, mais grande, histoire et, au contraire, en aidant et en renforçant même sa mémoire, grâce à son intervention dans le domaine de la restauration et de la conservation.

L'exercice d'une nouvelle imagination et la construction de nouveaux modèles économiques ou de nouvelles pratiques créatrices commencent à peine, entre balbutiements et myopie, innovations floues, aveugles, et ambitions à courte vue, fruit de l'ancienne intimidation de la technologie sur de nombreux auteurs

modernes, alors que la technologie seule, même la technologie numérique, a bien peu à dire sur le devenir, dans notre société, de l'offre et de la demande d'imaginaire et de connaissance.

