

Eurovisioni 2005

L'espace de l'audiovisuel européen 2

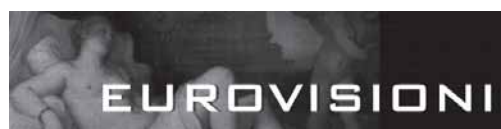
Diversité et convergence 4
Christopher Baldelli (GRF), vice-président de l'UER

La télé(com)vision en Europe 6
Henry Ingberg, président, Eurovisioni

Atelier 1
Médias gratuits : Quel futur ? 8
Jean-Noël Dibie, secrétaire général, GRF/France

Atelier 2
Royaume-Uni, Espagne, Italie :
Redéploiement du service public radio-télévisuel 10
Rapporteur Gaetano Stucchi, consultant

Atelier 3
Entre coopération et compétition
Public / privé – télévision / télécommunication 14
Michel Fansten, académie des Sciences morales et politiques, France



euro

Parmi les nombreux festivals audiovisuels européens, un seul s'occupe exclusivement du marché européen de la télévision et du cinéma, de ses évolutions technologiques et de ses changements socioculturels.

Il s'agit du festival Eurovisioni, né en 1987, alors que la télévision européenne n'existait pas encore. Aujourd'hui, alors que des dizaines de millions de foyers européens ont la possibilité de recevoir et de regarder les mêmes programmes, le concept de la télévision européenne arrive à maturité.

Les promoteurs

Eurovisioni, au départ initiative d'un groupe de professionnels de l'audiovisuel européen, est depuis 1989 une association culturelle. Son conseil de direction actuel est coordonné et présidé par Henry Ingberg.

Font partie du comité de présidence Luciana Castellina, qui a été présidente de la commission culture du Parlement européen et d'Italia Cinema (agence de promotion du cinéma italien à l'étranger) ; Krzysztof Zanussi, réalisateur et directeur du Film Studio «TOR» ; Stefano Rolando, secrétaire général de la conférence des présidents des conseils régionaux ; Robert Stéphane, président du BECT ; Gianni Massaro, président du CICCE et d'ANICA pour le cinéma ; Giuliano Berretta président et CEO d'Eutelsat pour les technologies ; Jean Réveillon pour les télévisions publiques ; et Richard Peduzzi, directeur de l'académie de France à Rome.

oeéen

Parmi les autres membres du conseil de direction on peut citer Jérôme Clément, président d'Arte ; Véronique Cayla, directeur du CNC ; Paul Docherty, directeur du British Council à Rome ; Ulrike Tietze, attachée culturelle du Goethe Institut Rom ; Mauro Masi, directeur du département information et édition de la présidence du conseil des ministres (Italie) ; Jean-Jacques Dordain, directeur général de l'ESA ; Claudio Carrelli, directeur d'Eurescom ; Aurelio De Laurentiis, président honoraire de la FIAPF ; Fernando Lara, directeur de l'ICAA – ministerio de Cultura (Espagne) ; Richard Boidin, directeur de l'action audiovisuelle extérieure du ministère des Affaires étrangères français ; Giulia Rodano, directeur du CARL de la Regione Lazio ; Jacques Briquemont, délégué aux organismes européens de l'UER ; Gina Nieri, directrice des affaires générales et institutionnelles de Mediaset ; Mario Morcellini, directeur du département de sociologie à l'université La Sapienza à Rome (Italie) ; Pierre Sirinelli, université de la Sorbonne à Paris ; Emmanuel Hoog, président de l'INA ; Hervé Bourges, président de l'UIJPLF, etc.

Qui organise ?

Chaque année, selon les thèmes choisis, le conseil de direction

s'enrichit de nouveaux membres éminents des secteurs mis à l'honneur, qui sont invités à formuler des suggestions sur les noms des membres des «panels» et sur les questions les plus actuelles à analyser dans leurs domaines. À ce comité appartiennent des institutions (l'Union européenne, les représentants des gouvernements nationaux, etc.), des télévisions publiques et privées (ARD, RAI, Mediaset, France Télévisions, ZDF, etc.), l'UER, des associations d'auteurs et de producteurs, des sociétés de droits d'auteur, des entreprises de technologies pour l'audiovisuel, des entreprises de télécommunications.

Le secrétariat général, coordonné par Giacomo Mazzone, garantit la mise en œuvre des décisions prises par le conseil de direction.

Qui finance ?

Les contributions de base viennent d'institutions telles que la Commission européenne, le département du cinéma du ministère Italien pour l'Héritage et les Activités culturelles.

En fonction du thème choisi, d'autres organismes apportent des contributions au festival. En outre, tous les intervenants prennent à leur charge leurs frais de séjour et de voyage.

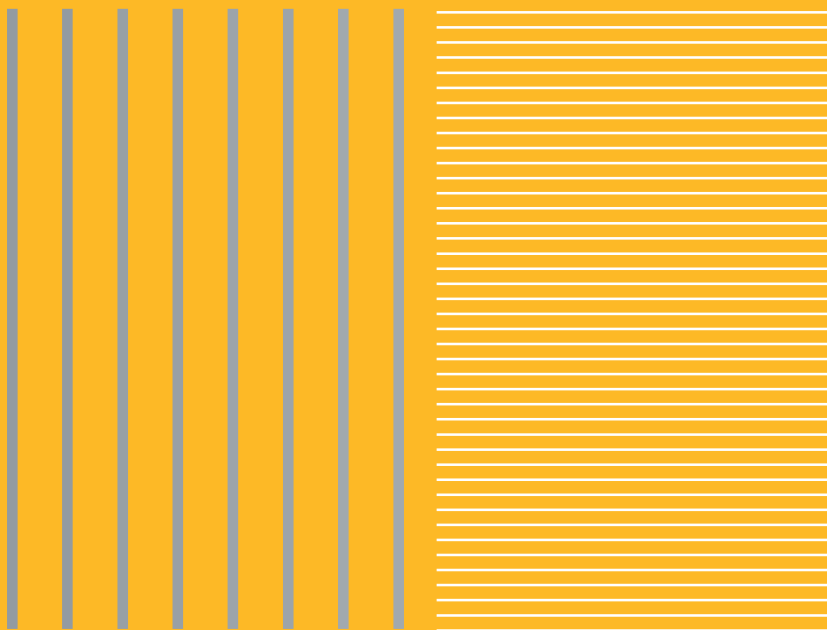
Les buts ?

En intervenant sur des thèmes brûlants de l'actualité (l'avènement des satellites DBS l'année de leur lancement, la réforme du droit d'auteur pour la télévision européenne l'année de la directive sur ce problème), Eurovisioni veut favoriser la rencontre et les accords entre les trois principaux protagonistes du secteur de l'audiovisuel : les opérateurs (qui créent, produisent, distribuent et diffusent les œuvres audiovisuelles), les institutions (qui réglementent et favorisent cette activité au niveau national et européen), les entreprises (qui, avec les progrès technologiques, élargissent chaque année les frontières de l'Europe audiovisuelle). Ces rencontres favorisent une meilleure concordance et une plus large compréhension entre les différents acteurs de l'univers de l'audiovisuel européen; celui-ci n'a de cesse de s'élargir, avec l'ouverture d'une Europe au-delà des frontières.

Eurovisioni

Christopher Baldelli (GRF)
Vice-président de l'UER

Tout bond en avant
technologique mérite bien
un néologisme.



Eurovisioni, qui rassemble chaque automne à Rome des décideurs de l'audiovisuel européen, des experts, des chercheurs et – ne l'oublions surtout pas – des auteurs de cinéma et de télévision, a salué l'épanouissement du numérique en attribuant à ses réflexions un titre résolument comprimé : «La télé(com)vision en Europe».

La 19^e édition du festival de cinéma et de télévision Eurovisioni se tenait au lendemain de la conférence générale de l'Unesco, au cours de laquelle les autorités des pays de l'Union européenne venaient de manifester l'unanimité de notre Vieux Continent autour des politiques de soutien aux industries culturelles nationales, à côté de la protection des expressions du patrimoine de l'humanité, celui des peuples et des artistes.

La défense de la diversité culturelle étant au cœur des préoccupations des

« télé (com

doni 2005

Diversité et convergence

participants d'Eurovisioni, ceux-ci sont venus confronter leurs expériences et leurs points de vue. Et maintenant ? Et ensuite ? Avec quels moyens ? Pour quel public ? Dans quel cadre juridique ? Toutes questions qui se posent dans l'audiovisuel, face à cette « nouvelle télévision », fille métisse des télécoms et de la télédiffusion, où sont appelés à se développer, croître et multiplier les services « à la carte » (également appelés « non linéaires ») à côté des programmes fixes qui composent le menu des chaînes classiques, généralistes ou thématiques, désormais connus sous le nom de « programmes linéaires » ; ce qui ne signifie pas nécessairement pour autant que l'on doive, ni que l'on puisse, les consulter en ligne.

Les discussions de la séance d'ouverture au palais Farnèse, où le festival était accueilli dans les murs de l'ambassade de France, ont été introduites notamment par le

président de l'association Eurovisioni, Henry Ingberg, secrétaire général du ministère de la Communauté française de Belgique, et par le vice-ministre italien de la Culture, Antonio Martusciello. Les intervenants, parmi lesquels on devait écouter des représentants de l'Unesco, de la présidence anglaise de l'Union européenne, du programme Media, de Cineuropa, des diffuseurs publics – Carmen Caffarel Serra (RTVE) et Claudio Petruccioli (Rai) – ainsi que des opérateurs privés, ont unanimement souligné l'importance des enjeux de cette « télé(com)vision » dans un paysage dont les récents travaux de la conférence de l'Union européenne à Liverpool ont montré l'actualité – et les périls.

Les trois ateliers de réflexion, dont les échanges ont nourri les comptes rendus que l'on trouvera dans ce numéro de « Diffusion », portaient sur les thèmes suivants : « Quel futur pour les médias gratuits ? », sous la

présidence de Jean Stock, ancien secrétaire général de l'UER, avec Jean-Noël Dibie comme rapporteur ; « Réforme du service public de télévision : Grande-Bretagne, Espagne, Italie », sous la présidence de Carmen Caffarel Serra, avec Gaetano Stucchi comme rapporteur ; et « Public/privé – télévision/télécommunication : entre coopération et concurrence », sous la présidence de Pascal Rogard (SACD) et de Bernard Miyet (Sacem), avec Michel Fansten comme rapporteur.

Parmi les questions abordées, les préoccupations des membres de l'UER manifestées lors de la conférence de Liverpool sur l'audiovisuel, où notre Union a milité en faveur d'un cadre de réglementation équilibré pour tous les opérateurs – qu'ils soient « linéaires » ou « non linéaires » – ont trouvé un large écho auprès des participants de la session 2005 du Festival Eurovisioni.

n) vision »

Téléé (com

Henry Ingberg
Président, Eurovisioni

Convergence... tripleplay...
linéaire et non linéaire...
télécommunication
numérique... télévision
numérique... pay per view...
video on demand...

...les références aux nouveaux développements de l'audiovisuel se multiplient et s'entrechoquent. En 2004 déjà, ces questions avaient été abordées par Eurovisioni.

Depuis, elles se sont confirmées et l'urgence des décisions à prendre apparaît clairement.

Le 19^e Festival international du cinéma et de la télévision est donc l'occasion de resituer l'évolution de cette « *télé(com)vision* » hybride qui multiplie les opérateurs et pose des questions radicales en termes de développement et de régulation.

Par rapport à ce bouleversement, tous les opérateurs se redéfinissent, confir-

ment leur rôle traditionnel, mais prennent pied dans de nouvelles fonctions réservées jusque-là à d'autres catégories d'opérateurs.

Nous assistons ainsi à la rencontre des radiodiffuseurs, des nouveaux médias, des opérateurs de télécommunication et de nouveaux fournisseurs de services interactifs.

Questions

Sachant que la radiodiffusion publique fait partie clairement du paysage audiovisuel européen, ce qui avait été confirmé par le Protocole d'Amsterdam, comment s'envisagent dorénavant les missions renouvelées des services publics de radiotélévision?

Les opérateurs privés eux-mêmes acceptent-ils d'endosser des missions de caractère général ? La collaboration entre les privés et les publics est-elle possible, et sur quelles bases et quels principes ? Comment tout cela va-t-il se traduire en droit européen ?

Le débat se situe dans un calendrier politique international particulièrement déterminant.

La conférence générale de l'Unesco s'est achevée au moment où commençait Eurovisioni. Nous avons donc vu que la conférence générale a adopté la convention sur la diversité culturelle. Même si une majorité s'est dégagée en faveur du texte, la controverse avec les États-Unis à ce sujet a été virulente. D'où la nécessité d'affirmer une cohésion européenne.

Les deux C

Nous avons participé à la conférence de Liverpool, « *Entre culture et commerce* », organisée par la présidence anglaise de l'Union européenne.

Cette conférence a été dominée par des revendications des entreprises à la non-régulation des nouveaux services non linéaires.

m)vision

en Europe



Les représentants du secteur de la création ont redit fortement leur exigence de maintenir les dispositifs de soutien à la création audiovisuelle en Europe, dans la même optique que celle qui existe déjà dans la directive Télévision sans frontières.

Ce point de vue s'est affirmé encore aux Rencontres de Beaune et à la 11^e Conférence européenne de l'audiovisuel de Naples, organisée par la FERA.

La révision de la directive Télévision sans frontières est donc à l'ordre du jour pour y intégrer les services en ligne... Les positions que prendront

les États membres, après la consultation du secteur professionnel, seront donc déterminantes. Plutôt que de renvoyer la régulation vers chaque État membre en faisant usage du principe de subsidiarité, il est évident qu'il vaudrait mieux trouver une convergence européenne sur le point de vue à adopter. Cela donnerait un cadre clair à la fois pour les autorités politiques et pour les opérateurs publics ou privés.

Les ateliers ont permis d'entrer dans le cœur même des problèmes.

Quel futur pour les médias gratuits ?
a confronté les points de vue


concernant l'évolution des médias linéaires, publics ou privés, alimentés par les dotations publiques ou par la publicité.

Le redéploiement du service public radiotélévisuel : Royaume-Uni, Espagne, Italie, a examiné quelques cas précis d'évolution du service de radiotélévision publique par rapport au défi du numérique.

Public / privé – télévision / télécommunication : entre coopération et compétition a évoqué la confrontation entre les radiodiffuseurs et les opérateurs de télécommunications. Cela peut aboutir à une bataille permanente pour conquérir des parts de marché, à des affrontements d'opérateurs et de projets, ou encore à des collaborations entre des opérateurs publics et privés.

Comme il se doit, notre démarche consiste à confronter les points de vue de manière à bien mettre en évidence les contradictions et les points communs.

C'est faire ainsi le meilleur usage des spécificités d'Eurovisioni, qui confronte l'expertise des responsables présents et la liberté d'expression dans l'échange d'idées.



EUROVISIONI

Médias gratuits : Quel futur ?

Jean-Noël Dibie

Secrétaire général, GRF/France

Eurovisioni et la continuité.
À la lumière de l'évolution du marché, cet atelier confirme l'une des conclusions de l'atelier de 2004 : *la nouvelle télé(com)vision.*

« La recherche de modèle économique doit s'inscrire dans la complémentarité des offres à contenu éditorial et des offres de service. »

Partant de cette observation, le président de l'atelier a proposé aux participants d'aborder la question du futur des médias gratuits sous trois angles :

- Économique : qu'est-ce qu'un média gratuit ?
- Social : pour qui ?
- Technologique : comment ?

L'économie

Un média coûte en production comme en diffusion et n'est éventuellement gratuit que pour celui qui le consomme, par opposition à un média payant vendu à l'unité ou par abonnement.

Selon la vocation du média :

- satisfaire à l'intérêt général pour répondre à un besoin social, notamment d'éducation, d'information et/ou de divertissement ;
- proposer à des annonceurs des contacts clients,

son financement est assuré par des recettes publiques ou commerciales, principalement la vente d'espace publicitaire, ces deux ressources comme ces deux vocations pouvant se combiner.

Le social

Les médias gratuits ont pour première vocation de satisfaire à des attentes collectives, ce qui a pour corollaire une large diffusion.

La technologie

Dans le monde analogique, la radio-diffusion permettait de délivrer le même message à un nombreux public.

ONI

2005

Atelier 1

Dans l'univers numérique, l'affectation des technologies par nature de service n'est plus fondée. L'ADSL, devenue le premier support de la « Toile mondiale », est un service point/multipoint, tandis que les GSM utilisent la radio pour des liaisons point à point.

D'ores et déjà les opérateurs de télécoms ont intégré ces logiques en proposant au consommateur des offres « triples jeux » (triple play) juxtaposant :

- 1 la téléphonie fixe,
- 2 l'Internet haut débit,
- 3 la télévision (chaînes généralistes en clair, chaînes thématiques, VOD).

L'atelier a tenu à souligner que cette complémentarité pourrait n'être qu'apparence : l'offre télévision pour sa partie gratuite, c'est-à-dire incluse dans l'abonnement de base pour les chaînes en clair, peut être perçue comme un produit d'appel sans garanties de suivi.

Cette réserve posée, l'atelier a fait valoir que si la diffusion « gratuite » sur des plates-formes multiples peut contribuer à un meilleur amortissement du coût des contenus, il convient de veiller à ce qu'il soit satisfait à deux conditions :

- garantir le financement des œuvres audiovisuelles originales, aujourd'hui le plus souvent assuré par les radiodiffuseurs en clair, qui voient peu à peu leur revenu, comme leur audience, se réduire du fait de la multiplication des plates-formes ;
- permettre aux producteurs d'organiser les fenêtres de diffusion.

La question posée à l'atelier ne se limitait pas au futur des médias audiovisuels gratuits : c'est pourquoi les participants ont été informés de l'avancement du projet « Bibliothèque numérique européenne ».

Il en est ressorti que les problématiques économiques et sociales de ce projet sont très proches de celles des radiodiffuseurs en clair, confrontés à la multiplication des plates-formes numériques.

Les objectifs commerciaux de Google et ceux, culturels, de la BNE vont-ils pouvoir se rejoindre dans l'univers convergeant des services en ligne ?

EUROVISIONI

Quel futur pour les médias gratuits ?

Lundi 24 octobre

Bibliothèque et collection théâtrale
du Burcardo – SIAE

Président : Jean Stock - France

Intervenants : Paolo Agostinelli,
directeur marketing, Fastweb – Italie
Piero De Chiara, responsable
coordination réglementaire et
multimédia, Telecom Italia

Présentation projet «Bibliothèque
numérique européenne en ligne»
Xavier Perrot, conseiller du
président chargé des nouvelles
technologies à la Bibliothèque
nationale de France

Rapporteur : Jean-Noël Dibie,
secrétaire général, GRF – France

E

Royaume-Uni, Espagne, Italie Redéploiement du service public radio-télévisuel

Rapporteur Gaetano Stucchi
Consultant

L'ultime caractéristique
d'un service public
radio-télévisuel,
aujourd'hui plus que
jamais...

...est sa capacité d'agir comme élément de régulation du système. Avec les instruments législatifs et institutionnels qu'un pays peut se donner pour soutenir et guider le fonctionnement d'un important secteur comme celui de la communication (et celui de la télévision et de l'audiovisuel en particulier), l'existence d'un service public assume un rôle difficilement remplaçable et absolument spécifique, au moins dans ces systèmes nationaux qui correspondent au prétendu « modèle européen ».

De cette régulation, qui ne peut pas être faite seulement de règles et d'obligations (et encore moins uniquement de règles négatives), il faut toujours à un certain moment plus de dynamisme et de transformations du secteur, aussi bien sur le plan technologique qu'économique, concernant le repositionnement des

opérateurs ou le comportement des usagers.

Dans le déroulement de sa fonction, chaque service public doit refléter avant tout l'intérêt général du pays qui l'a voulu et le finance, et naturellement respecter la logique des projets et des politiques plus généraux (même supnationales), dans lesquels ce pays se reconnaît.

La restructuration profonde du secteur, mise en marche de la combinaison incessante entre la généralisation des technologies numériques et l'étendue planétaire du réseau Internet, n'est peut-être pas destinée à changer ces intérêts, ces projets ou ces politiques : mais elle change certainement de façon radicale les produits et les services de communication, les infrastructures et les systèmes distributifs, les modalités et les habitudes de consommation, les *business models*, les chaînes de valeur et les flux de financement de toute l'industrie de la communication.

Cette migration vers une nouvelle organisation du système ne doit pas automatiquement inspirer méfiance, peur et instinct de défense aux acteurs traditionnels, comme aux radio-diffuseurs, aux producteurs, aux auteurs ; mais il s'agit certainement d'un processus évolutif, dont

Doni 2005

Atelier 2

complexité, ampleur et vitesse augmenteront le risque de *market failure*, c'est-à-dire la probabilité que les seules forces de marché ne puissent pas garantir le parcours optimal et le débouché plus rapide et heureux.

Dans ce cadre, il appartient avant tout, à chaque communauté nationale, de préciser les tâches et les objectifs prioritaires du service public radio-télévisuel même, de ceux constitutifs et éternels à ceux plus concrets et contingents (ou même variables).

La plupart des premiers se confirmeront communs à l'expérience et aux besoins des différents pays de l'Union européenne, pas toujours aux résultats obtenus dans chaque d'eux :

- contribuer au fonctionnement correct du marché audio-visuel national et européen ;
- garantir l'expression continue et permanente des propres identités culturelles nationales et le respect de celles d'autrui ;
- soutenir le développement global du secteur audio-visuel et de toute l'industrie de la communication, y compris naturellement les opérateurs privés de toutes les catégories qui y sont impliquées (pas seulement PSB et radiodiffuseurs commerciaux, mais aussi TLC, ISP, etc.) ;

- assurer le pluralisme, pas seulement économique, des sujets producteurs et des contenus produits (et offerts à l'utilisateur) ;
- promouvoir le plus haut niveau possible d'innovation, de créativité et de qualité dans l'offre finale disponible sur le marché, en encourageant la diversité et la compétition entre les opérateurs.

Au moins, ces objectifs sont absolument à prendre en compte pour une pleine légitimation du service public radio-télévisuel, et sont autrement dit nécessaires (et suffisants ?) dans leur ensemble, sans hiérarchisation ni ordre d'importance.

Si, d'un côté, les éléments de cette mission justifient une présence publique forte et déterminée dans le secteur de la communication, d'un autre côté ils en détiennent certaines caractéristiques inaliénables et proportionnées justement aux résultats à obtenir :

- certitude des ressources attribuées, à court et long terme,
- stabilité et indépendance du management, des critères de nomination aux durées des mandats,
- transparence des mécanismes et des instances de contrôle,

- responsabilité envers la communauté nationale des usagers et vérification permanente de ses besoins.

Si nous confrontons cette mission et la dotation du service public au contexte du système, qui se configure aujourd'hui à un niveau national et global, nous devons prendre acte de deux tendances majeures, l'une technologique et l'autre économique, dont l'entreprise publique doit tenir compte.

1)

L'ensemble des nouveaux services et produits de communication, qui est en train de croître et de se diversifier en mode exponentiel, repose sur la perspective de la convergence progressive et de l'intégration de tous les réseaux existants et futurs selon le modèle des NGN (New Generation Networks) : un système d'infrastructures de transport et distribution toutes parfaitement complémentaires et interopérables, destinées à rendre universelle, totale et ouverte la communication numérique entre les sujets (et entre les objets « intelligents ») dans notre réalité sociale.

Cette nouvelle typologie de réseaux, capillaires et largement disponibles,



rendra très probablement effective cette séparation entre réseaux et contenus, déjà sanctionnée au niveau de la réglementation, mais jamais concrètement produite, qui représente un des piliers de l'approche de l'Union européenne à la société de l'Information et de la connaissance.

Et c'est donc dans cette perspective radicalement innovatrice que doivent être encadrées les stratégies de développement et de partenariat des services publics européens à court et moyen terme, en tirant toutes les conséquences inévitables et cohérentes dans la redéfinition du rôle même du PSB dans chacun de nos pays (ainsi que dans les redistributions et la gestion des relatives ressources «naturelles» nécessaires, c'est-à-dire le spectre des fréquences).

2)

Le financement de l'industrie de la communication repose actuellement sur trois ressources :

- la dépense publique, de la redevance à toutes les autres formes de soutien ;
- la dépense publicitaire, l'investissement des opérateurs économiques ;
- la dépense individuelle, autrement dit les actes de consommation à paiement.

Étant donné la stabilisation graduelle des deux premières sources (sûre pour la première, dans le meilleur des cas ; probable pour la seconde), il reste, comme unique zone d'expansion des ressources de système, la dépense du consommateur. Cette tendance macroéconomique est déjà en train de produire le déplacement des contenus et des services de communication plus précieux vers des formes d'accès à paiement : avec tous les effets du hasard et des risques conséquents de discrimination.

Une forme de fracture numérique à ne pas négliger, c'est celle qui sépare

les citoyens, à l'intérieur des réalités nationales individuelles, sur la base de leur pouvoir d'achat : une espèce de fracture économique qui se distingue de fait non pas entre les continents, civilisations, races, générations, mais entre ceux qui peuvent se payer l'accès aux produits et aux services essentiels, et ceux qui ne le peuvent pas.

Un engagement naturel au concept même de service public, c'est certainement celui de combattre chaque forme d'exclusion, chaque limitation du droit de citoyenneté à l'intérieur de la communauté nationale, surtout si elle est liée aux critères les plus injustes et féroces. Et donc de se charger d'une offre solide de base *free to air*, riche et multiple, sur les plates-formes distributives les plus importantes (pour leurs prestations, leur pénétration et leur couverture), actuelles et futures.

Cette vocation universelle du service public radio-télévisuel renvoie également à un autre thème, qui émerge avec toujours plus de force dans le débat contemporain sur les formes des propriétaires de la culture. Autour du concept de *commons*, de tradition anglo-saxonne, et sur la base d'une relecture attentive de l'évolution historique de la propriété industrielle, scientifique et culturelle dans les civilisations industrielles avancées, l'opinion qui a fait son chemin est que la privatisation totale de la connaissance est une tendance à modérer avec des contre-mesures opportunes et des modifications.

Enfin, la dimension européenne et l'existence du Marché unique ne sont certainement pas des facteurs étrangers aux stratégies de service public, tout comme le niveau croissant de la concurrence dans le secteur et le profil «global» d'un nombre toujours plus grand de *compétiteurs* (de Endemol aux majors américains, de Google à Microsoft).

La solidarité et la collaboration internationale entre les services

publics radio-télévisuels, surtout à l'intérieur de l'Union européenne, deviennent par conséquent un point de force inaliénable dans le modèle européen du système de communication, qui peut prendre une forme concrète aussi bien à l'intérieur de schémas associés déjà existants (à commencer par l'UER) qu'en partenariats multilatéraux et régionaux appropriés. Le nouveau cadre compétitif dans lequel se place aujourd'hui la mission du service public ne manquera pas d'en suggérer d'autres et des nouveaux, même au-delà des frontières toujours plus incertaines de la catégorie traditionnelle du *broad-casting*.

Rome , 25 octobre 2005



EUROVISIONI

Le redéploiement du service public radio-télévisuel : Royaume-Uni, Espagne, Italie
Lundi 24 octobre
Bibliothèque et collection théâtrale du Burcardo – SIAE

Président : Carlo Rognoni, membre du CA, Rai – Italie

Intervenants : Gonzales Martin, directeur des relations internationales, RTE – Espagne
Jean-Paul Philippot, administrateur général, RTBF – Belgique

Rapporteur : Gaetano Stucchi – Suisse

Eurovisio

Entre coopération et compétition Public / privé – télévision / télécommunication

Michel Fansten

Académie des Sciences morales et politiques, France

Des participants préoccupés par les risques que les surenchères entre les opérateurs de télécom font courir à l'audiovisuel.

Une régulation fixant les obligations respectives des différents acteurs est nécessaire. Il est notamment indispensable que les nouveaux services aient l'obligation de soutenir la création européenne. C'est l'enjeu majeur de la révision de la directive « Télévision sans frontières ».

L'atelier III réunissait des représentants de l'ensemble des acteurs de la filière audiovisuelle et cinématographique, de la création, de la production, de la distribution et de l'exploitation, des chaînes de télévision publiques et privées, des chaînes gratuites comme des chaînes à péage.

Les débats ont mis en évidence une unanimité rarement observée à Eurovisio. Unanimité qui peut être résumée par l'inquiétude exprimée par Christophe Baldelli, vice-président de l'UER : « *Il y a le feu dans la maison.* » Le feu, c'est à dire le risque de voir disparaître la partie économiquement la plus fragile de ce secteur, celle justement qui contribue le plus à la variété et à la diversité de l'offre de programmes: les chaînes thématiques, dont l'équilibre précaire a été confirmé par les chiffres présentés par l'Observatoire européen de l'audiovisuel.

Ce risque d'assister à un recul dans la variété et la diversité de l'offre proposée au public peut sembler paradoxal, à un moment où on assiste à une multiplication des canaux de diffusion et des modes de réception. Plus paradoxal encore au moment où le vote de l'Unesco reconnaît la diversité comme une dimension essentielle de l'offre culturelle.

Désordre

Ce risque tient au désordre du marché. Avec l'évolution des technologies, un même réseau permet de téléphoner, d'avoir accès à Internet, de recevoir des programmes de télévision ou de télécharger des films. Et ce sur une multitude de système de

onni 2005

Atelier 3

réceptions fixes ou mobiles. Pour contrôler la chaîne complète, chaque opérateur, chaque groupe industriel concerné est tenté de devenir à la fois éditeur de programmes, prestataire technique et assembleur commercial. Il en résulte à la fois une confusion des métiers et des surenchères de la part des opérateurs de télécommunication. Pour défendre ou conquérir des parts de marché, ceux-ci cassent les prix et multiplient les offres promotionnelles, en utilisant les œuvres audiovisuelles comme des produits d'appel pour assurer leur développement commercial auprès du public.

Mais la concurrence entre opérateurs pour attirer et fidéliser de nouveaux abonnés ne se joue pas sur la nouveauté et l'originalité de l'offre : elle se focalise sur les programmes réputés à fort potentiel d'audience déjà achetés au prix fort par les chaînes de télévision, comme les retransmissions sportives, ou sur les variétés internationales. Deux exemples sont de ce point de vue significatifs : l'acquisition des droits exclusifs du dernier enregistrement de Madonna par Orange et l'exclusivité des droits du championnat de football belge par Belgacom.

On observe alors, pour les contenus de cette nature, une inflation continue

des prix qu'aucune sanction de marché ne vient réguler. Et on assiste par contrecoup à une ponction des ressources disponibles pour les autres programmes. Le risque est réel de voir le secteur de la création doublement étranglé, par la minceur des rémunérations des œuvres existantes et par l'absence de ressources pour investir dans la création de nouveaux programmes.

Fuite en avant

Cette situation est d'autant plus absurde que le processus engagé ne contribue pas au développement durable du secteur des télécommunications. Comme on l'a vu il y a quelques années avec la bulle Internet, on assiste à une fuite en avant : la conquête de chaque nouvel abonné coûte de plus en plus cher aux opérateurs de télécoms, les investissements à engager sont de plus en plus élevés, et leur rentabilité est de plus en plus lointaine et de plus en plus incertaine. Les ressources des consommateurs comme les moyens financiers mobilisables auprès des annonceurs n'augmenteront pas à hauteur des dépenses engagées. Les transferts seront insuffisants pour les rentabiliser. Tous le savent, comme ils savent qu'une crise financière est inévitable et qu'elle débouchera sur une restructuration brutale des entreprises et du secteur des télécoms. Mais, entre-temps, des pans entiers de la création et de la production audiovisuelles européennes auront disparu. La fuite en avant des opérateurs de télécoms les fragilise, mais elle fragilise plus encore le secteur audiovisuel dans son ensemble.

Les participants à l'atelier se sont dits particulièrement préoccupés par les positions prises dans ce contexte par la Commission européenne. En accentuant sa pression pour le démantèlement des systèmes nationaux de soutien des œuvres et de protection des auteurs, elle prend

une terrible responsabilité : celle de fragiliser plus encore le secteur de la création. Si, de plus, elle faisait le choix d'une non-régulation des nouveaux services, elle créerait à relativement court terme les conditions d'une crise irréversible du secteur audiovisuel dans son ensemble.

Une autre voie

Les travaux de l'atelier ont montré qu'une autre voie est possible.

Elle passe d'abord par l'adaptation et le renforcement des dispositifs réglementaires et financiers existants, et non par leur mise en cause. Elle passe ensuite par la concertation puis la coopération avec les entreprises de télécoms sur des dossiers d'intérêt commun, et pour tenter de maîtriser un processus qui s'est emballé

Plusieurs dossiers de ce type ont déjà été identifiés, et en premier lieu celui de la contrefaçon numérique, c'est-à-dire du piratage. Les participants à l'atelier se sont donc réjouis d'une première initiative de la commissaire chargée de la société de l'information : réunir un groupe de haut niveau sur cette question.

Mais d'autres dossiers urgents liés à la régulation de ce secteur sont aussi à traiter dans un sens conforme à l'intérêt général. C'est le cas en particulier de la contribution des nouveaux modes de diffusion comme la VOD au financement du renouvellement de la création. La solidarité entre le secteur de la production et ceux de l'exploitation des œuvres a constitué jusqu'ici l'un des fondements de l'économie de l'audiovisuel en Europe ; elle a été élargie aux différentes formes de télévision au fur et à mesure de leur développement. Il est d'autant plus indispensable qu'elle soit étendue aux nouveaux services que ceux-ci sont destinés à prendre une place croissante dans la diffusion des œuvres.

La coopération indispensable entre le secteur de l'audiovisuel et celui des télécommunications ne se limite pas à définir les frontières et les obligations respectives. Des accords de partenariat sont possibles, dans le cadre d'une organisation de la convergence où chacun apporterait son savoir-faire.

C'est l'enjeu majeur de la révision de la directive «Télévision sans frontières».



EUROVISIONI

Public / privé – télévision / télécommunication : entre coopération et compétition
 Lundi 24 octobre
 Bibliothèque et collection théâtrale du Burcardo – SIAE

Président : Pascal Rogard, directeur général, SACD – France, Bernard Miyet, président, SACEM – France

Intervenants : André Lange, responsable du département «marché et finances», Observatoire européen de l'audiovisuel ; Lieven Vermaele, responsable de la stratégie des programmes, VRT – Belgique ; Daniel Weekers, administrateur délégué, Be TV – Belgique ; Antoine Virenque, secrétaire général de la Fédération internationale des associations de distributeurs de films – France

Rapporteur : Michel Fansten, académie des Sciences morales et politiques – France