

***LES INDUSTRIES CULTURELLES EUROPÉENNES DANS UN ENVIRONNEMENT NUMÉRIQUE***  
**COLLOQUE DE LA PRÉSIDENTE FRANÇAISE**  
LYON – 11 – 12 septembre 2000

---

**SYNTHESE**

Atelier 1 - Concentration de la production et de la distribution

Atelier 2 - Commerce électronique et dématérialisation des contenus culturels

Atelier 3 - Financement des contenus : initiatives privées, aides publiques, incitations fiscales

Séance de clôture

**Rapport de l'atelier 1 : concentration de la production et de la distribution**

Henry INGBERG

Secrétaire général du ministère de la Communauté française, Wallonie - Belgique

**Rapport de l'atelier 2 : commerce électronique et dématérialisation des contenus culturels**

Serge SIRITZKY

Directeur de Ecran Total - France

**Rapport de l'atelier 3 : financement des contenus initiatives privées, aides publiques, incitations fiscales**

Elisabeth FLURY-HERARD

Directrice générale de l'Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles (IFCIC), membre du Conseil de la concurrence - France

**Clôture du colloque**

Jean-Pierre HOSS

Directeur général du CNC

# Atelier 1

## *Président :*

Ian MOJTO, Administrateur délégué du groupe Kirch

## *Rapporteur :*

Henry INGBERG, Secrétaire général du Ministère de la Communauté française de Wallonie Bruxelles

## *Intervenants :*

Juan CUETO ALAS, Telepiu

Patrick ZELNIK, Président de Naïve et de l'Union des producteurs français indépendants

Véronique CAYLA, Membre du Conseil supérieur de l'audiovisuel Paulo BRANCO, Producteur et distributeur de Gemini Films

CharlÉlie COUTURE

Peter FLEISCHMANN, Réalisateur

Hervé RONY, Directeur général du Syndicat national de l'édition phonographique

## **I. L'évolution actuelle de la concentration**

### ***1. Interventions***

Juan CUETO ALAS souhaite évoquer le rôle de la télévision payante dans l'évolution actuelle. En effet, elle est à la base de la diffusion de « l'esprit numérique » en Europe. Ainsi, si le taux d'équipement informatique et la diffusion des appareils électroniques sont encore assez faibles en Europe, le numérique est par contre au même niveau qu'aux Etats-Unis. Dans ce cadre, la télévision payante a pris une place très importante, notamment pour la production de films, en Italie et en Espagne. Dans ces pays, cette place ne tient pas à l'établissement de cahiers des charges légaux mais simplement à l'application du modèle français.

Les télévisions à péage sont à l'origine de la propagation du numérique. Ainsi, il est prévu que la télévision numérique devienne le moyen de recevoir Internet dans quelques années, à la place des ordinateurs. De même, le rôle de la télévision payante est important, aussi bien pour la production que la circulation des films européens. En fait, ces télévisions constituent une véritable garantie de la pluralité des programmes proposés. Pour conclure, il semble donc que l'écran de la télévision numérique soit plus proche de celui du cinéma que de celui du téléphone portable.

Patrick ZELNIK rappelle que la problématique est celle de l'accélération de la concentration dans le domaine du numérique, du cadre juridique et du rôle de l'Etat. Dans le domaine de la musique, la concentration a atteint un paroxysme. Un Livre blanc a d'ailleurs été adressé à la Commission européenne, pour souligner notamment la difficulté pour les producteurs indépendants d'accéder au marché. Dans le domaine de l'Internet, il existe une grande opportunité, du fait de l'interactivité et de l'aspect multiculturel de ce média. Ce dernier facilite notamment la distribution dans le monde entier, sans pour autant avoir besoin de créer des réseaux de filiales.

La concentration d'Internet peut être plus difficilement maîtrisée par l'Etat que celle que l'on enregistre actuellement dans le « monde réel ». Ainsi, le groupe AOL-Time Warner représente déjà les deux tiers du PIB de l'Espagne. On peut donc se demander si ces conglomérats ne vont pas devenir plus puissants que les Etats eux-mêmes, notamment grâce au pouvoir qu'ils vont acquérir en proposant les téléchargements musicaux. Face à cette situation, il est donc indispensable que les pouvoirs publics réfléchissent à des moyens de régulation, afin que chacun puisse accéder au marché.

Revenant sur les débats du matin, Peter FLEISCHMANN souligne que les intervenants ont tous indiqué que le rôle de l'Etat devait évoluer, notamment pour protéger les producteurs de la piraterie ! De même, il note une tendance à la négation de l'existence d'une culture européenne ou régionale, qui sont toutes les deux réduites à une sorte de folklore, et le développement d'une véritable culture internationale. Cela conduit parallèlement les Américains à prétendre qu'ils sont les mieux placés pour produire des films européens, parce qu'ils disposent d'un réseau de diffusion intégré sur l'ensemble de ce territoire ! Dans ce cadre, les intervenants indépendants doivent essayer absolument de modifier la donne, qui est dictée actuellement par les majors.

## ***2. Débat***

Frank LADOUS se demande si la situation actuelle ne va pas entraîner à terme la disparition des opérateurs publics. Juan CUETO ALAS répond que les privatisations de la RAI, de la BBC et de la télévision espagnole sont actuellement en discussion. La France risque donc de rester une exception, avec un service public fort.

Dominique FOURNIER revient sur la pérennité du service public. Ainsi, la principale préoccupation de France 3 doit rester le service du public et non celui des gouvernants, notamment grâce à son réseau de proximité et à une programmation qui n'est pas uniquement basée sur les « cibles rentables » mais sur l'ensemble des publics. Ces deux raisons font que les services publics européen et français devraient vivre encore de beaux jours. Patrick ZELNIK souligne qu'il va être rapidement demandé aux services publics d'être aussi performants que les intervenants privés.

Pierre COUCHARD constate une évolution du service public par rapport au monde politique. De plus, il précise que la privatisation de la BBC n'est pas à l'ordre du jour mais simplement la diffusion de publicité ou sa cotation en bourse. Par ailleurs, il rappelle que les services publics ont toujours des productions très importantes. Enfin, il se demande si la télévision va vraiment devenir un poste multimédia. Ian MOJTO estime que l'accès aux programmes interactifs devrait se faire par la télévision en Europe, notamment parce que le taux d'équipement est beaucoup plus grand que celui des ordinateurs. Parallèlement, la télévision semble être le seul média susceptible d'attirer un maximum de ressources publicitaires. Elle devrait donc conserver un rôle très important dans la diffusion de contenu. Peter FLEISCHMANN considère que les « groupes virtuels » constitués sur Internet ne remplaceront jamais les « groupes réels », tels qu'ils existent

dans les salles de cinéma.

Stéphanie PISTRE pose une question sur le texte concernant le pluralisme et la concentration des médias, élaboré par la Commission européenne, avant d'être finalement abandonné il y a trois ans. De plus, elle estime que certaines règles de la concurrence, notamment de l'OMC, pourraient s'appliquer à certaines des fusions qui viennent d'avoir lieu. Patrick ZELNIK répond que le texte évoqué est assez laxiste et que les règles sont souvent beaucoup plus dures aux Etats-Unis, pays pourtant « libéral » par excellence. Actuellement, la Commission européenne a établi un document formulant les objections aux fusions entre AOL et Time Warner, d'une part, et Warner, EMI et Virgin, d'autre part.

Francis COAVILERA souhaite savoir comment les intervenants envisagent la politique qui doit être menée pour protéger les droits des auteurs européens, dans le cadre de la globalisation actuelle. Comment les sociétés peuvent-elles à la fois protéger les auteurs et les indépendants, tout en luttant contre les grands groupes américains ? Peter FLEISCHMANN souligne que l'Europe elle-même est actuellement sur le chemin de la concentration, notamment parce qu'elle imite les Américains, qu'elle limite les interventions de l'Etat et qu'elle cherche les moyens de maintenir les indépendants à distance.

Yannick BRESSEAU se demande quelle est la place laissée aux créateurs par les nouveaux groupes. Cette question pose celle du risque de l'émergence d'une culture unique et de la marginalisation de certains intervenants. Juan CUETO ALAS pense que la thèse de « l'écran unique » est une utopie. En effet, les écrans se multiplient actuellement (Internet, télévision, cinéma, téléphone portable...) et les accès devraient donc rester également différents.

Max TEMELDER souhaite évoquer le rôle du cinéma, ainsi que les efforts des gouvernements allemand et français pour le défendre. Une participante indique que les ministres concernés vont peut-être se prononcer prochainement dans ce domaine. Un participant souhaite savoir comment l'avènement du numérique a influencé le contenu des créations. Peter FLEISCHMANN répond que le numérique a élargi énormément les possibilités à la disposition des réalisateurs, même si l'évolution n'est évidemment pas la même que celle qui a permis de passer du muet au cinéma parlant.

Un participant travaillant à la RAI souligne que le débat sur la privatisation des services publics n'est pas le même partout en Europe. Ainsi, c'est le gouvernement italien qui nomme le Directeur général de la RAI, alors que les gouvernements changent en moyenne tous les deux ans ! A l'avenir, il est possible d'envisager un service public uniquement résiduel, comme il en subsiste un aux Etats-Unis, même si cela n'est pas satisfaisant. Peut-être faut-il donc plutôt envisager l'avenir du service public à travers le numérique ?

Henry INGBERG estime que l'on peut poser deux questions complémentaires. Comment réagissent les services publics aux défis de l'internationalisation ? Est-il concevable d'envisager des associations entre les groupes privés et les services publics ?

Un participant ne pense pas que les concentrations puissent permettre de favoriser le pluralisme. De plus, il faut relativiser le contrôle que les pouvoirs publics peuvent exercer sur le service public. En effet, les gouvernants sont élus démocratiquement, ce qui n'est pas le cas des dirigeants des grands groupes économiques. Dans ce cadre, il semble intéressant de conserver un système dual, plutôt que de chercher à développer uniquement l'un ou l'autre des secteurs.

Alain BARON revient sur l'impact des nouvelles technologies sur la société et la jeunesse, ainsi que sur la concentration des moyens de communication entre un nombre d'intervenants de plus en plus réduit. Cela entraîne des risques au niveau démocratique mais il est également possible que les seuls besoins solvables soient à terme satisfaits par les grands groupes.

## **II. Les risques de la concentration**

### ***1. Interventions***

En tant que représentant des « contenus », CharlÉlie COUTURE souhaite rappeler que la protection des droits d'auteurs n'existe pas. Le seul objectif des groupes est la génération de profits, sans qu'une redistribution ne soit effectuée vers les secteurs d'expérimentation. Ainsi, il est vrai que la fabrication d'un disque coûte techniquement beaucoup moins cher qu'il y a quelques années. Pour autant, ce disque doit ensuite être défendu, ce qui est le rôle des diffuseurs, avant d'être distribué.

Or, dans la distribution, ce sont les commerciaux qui ont pris le pouvoir et qui suggèrent aux artistes les chemins balisés qu'ils souhaitent les voir emprunter. L'objectif de ces commerciaux est que les produits puissent être finalement diffusés dans les grandes surfaces, auprès du public le plus large possible. La concentration n'est donc absolument pas synonyme de diversité de la création. En réaction, CharlÉlie COUTURE a créé un site Internet, qui lui permet de présenter son travail et de retrouver un véritable contact avec son public, démarche qui n'a rien de commercial.

Paulo BRANCO indique craindre l'existence d'une dictature du goût, qui freine la diversité des créations. Dans ce cadre, le numérique ne semble pas pouvoir modifier la donne. En effet, ce n'est pas parce que les services publics auront accès au numérique qu'ils diversifieront les films passés à la télévision. De plus, le numérique entraîne une rotation de plus en plus grande des produits proposés. Les chances ne sont donc plus véritablement laissées aux films, notamment entre leur période d'exploitation et leur passage éventuel sur le petit écran.

Ian MOJTO précise que son groupe finance actuellement le dernier film d'Ermano OLMI, après avoir permis à Fellini de terminer *La Strada*, peu après sa constitution. Aujourd'hui, le problème vient principalement de la télévision, dont la réflexion est

uniquement basée à court terme, et qui souhaite proposer les mêmes produits que ceux qui ont rencontré le succès par le passé.

Véronique CAYLA souligne que les grands groupes achètent actuellement tous les catalogues disponibles. Cela conduit à l'apparition d'entreprises mondiales dans le domaine de la communication. Pour autant, il ne semble pas que la production soit aussi standardisée que l'on peut le penser. Ainsi, dans le domaine du disque, la production locale se développe de façon très importante, notamment en France. Pour la télévision, les prime time sont également redevenus nationaux. Parallèlement, ce développement des productions locales n'entraîne pourtant pas une diversité à la même échelle. Ainsi, la playlist de NRJ n'est constituée que de 30 titres. A ce titre, la fixation de quotas ne semble pas suffisante pour régler les problèmes posés. Enfin, le système actuel montre que les œuvres américaines sont les seules qui circulent d'un pays à l'autre, ce qui constitue sans doute le problème le plus important. Par ailleurs, la prolifération des réseaux de distribution entraîne-t-elle un développement de la production ? Cela semble vrai à long terme. Par contre, à court terme, la réduction des budgets des chaînes thématiques a conduit à la diminution de leur production, ces chaînes se retournant vers la diffusion de programmes au moindre coût.

Hervé RONY rappelle que la production musicale locale est de plus en plus importante, sans doute par réaction à la domination si longue des musiques anglo-saxonnes. Aujourd'hui, l'éventuelle « colonisation » des Américains n'est plus d'actualité. La situation n'est absolument plus dramatique pour les productions européennes. Au contraire, le numérique constitue une chance exceptionnelle pour chacun des intervenants. Pour ne pas passer à côté des opportunités qui se dégagent, les pouvoirs publics peuvent peut-être revoir les règles de la concurrence. De même, il est important de protéger les droits des artistes. En fait, le problème principal rencontré par les producteurs est l'exposition insuffisante de leurs artistes, même pour ceux qui font partie des grands groupes.

## **2. Débat**

Un participant souligne que la circulation des films européens est inexistante et que la concentration financière est absente.

Patrick ZELNIK rappelle que la production musicale française s'est développée mais qu'elle est très concentrée sur une dizaine d'artistes. Ces dix références représentent environ 90 % des ventes.

Henry INGBERG constate que les grands groupes privés disent pouvoir favoriser la création indépendante et que les producteurs indépendants sont écrasés par les grands groupes.

Paulo BRANCO prend l'exemple de l'arrivée de Canal + en France, qui a facilité énormément la production d'œuvres d'origine française, du fait des quotas qui avaient été

instaurés dans ce domaine. En fait, la question est de savoir si l'arrivée du numérique va permettre de convaincre les diffuseurs de passer des films minoritaires, à côté d'œuvres destinées au grand public. En effet, le numérique permet une production à un coût plus réduit. Toutefois, parallèlement, au niveau du son, les exigences sont de plus en plus grandes, ce qui conduit à des frais supplémentaires.

Synthèse réalisée en temps réel par la société Hors Ligne – 01 44 14 15 00

---

## Commerce électronique et dématérialisation des contenus culturels Atelier 2

### **Adriano MARCONETTO, vice-président de Vitaminic - Italie**

Il y a un an, lorsque j'ai lancé Vitaminic avec quelques amis, tout le monde a cru que nous nous positionnions en ennemis de l'industrie du disque. Pourtant, notre souhait a toujours été de collaborer avec les labels, les musiciens et les interprètes pour leur offrir davantage de visibilité et les faire bénéficier des avantages de la distribution numérique. A peine un an plus tard, nous sommes perçus très différemment. J'ai passé beaucoup de temps, ces derniers mois, à rencontrer les principales sociétés d'auteurs européennes, sans grands résultats. La plupart des sociétés de distribution numérique de contenus culturels se trouvent confrontées aux mêmes difficultés. Pour l'instant, les législations et les organisations sont toujours le reflet des activités physiques, matérielles. Pourtant, l'Internet est là pour longtemps, et il va falloir s'y adapter. La large bande et la technologie UMTS vont complètement modifier la distribution numérique. Il est donc temps de créer de nouveaux business models pour l'industrie culturelle.

Le temps passe très vite. L'Europe est un paysage plus complexe que les Etats-Unis. Mais en Europe, nous avons des siècles de culture derrière nous, ce qui nous assure les contenus culturels les plus exceptionnels qui soient au monde. A nous de les exploiter et de faire en sorte qu'ils puissent être exploités de façon sûre, faute de quoi les artistes ne pourront plus vivre et la culture européenne disparaîtra !

### **François IVERNELL, directeur général de Pathé, président de European Film Companies Alliance (EFCA) - Grande-Bretagne**

Le cinéma, en tant que bien culturel susceptible d'être diffusé numériquement, présente la particularité que les œuvres sont très volumineuses : les films sont longs, et associent le son et l'image.

La révolution numérique a déjà largement contribué à bouleverser le paysage audiovisuel, que ce soit par la télévision numérique, le DVD et, demain, la vidéo à la demande. Mais il faut distinguer entre les modes d'utilisation (télévision ou vidéo à la demande, par exemple) et les moyens de diffusion (câble, satellite, internet, etc.). Quels modes d'utilisation triompheront demain, avec quels moyens de diffusion ? Il est encore trop tôt pour le dire. La vidéo à la demande, par exemple, peut emprunter aussi bien les réseaux

de télévision par câble que les liaisons internet ADSL.

La diffusion du cinéma en ligne constitue-t-elle un danger ou une opportunité pour les indépendants européens ? C'est d'abord une chance pour le marché des films : c'est un moyen de diffusion supplémentaire, qui va venir s'ajouter aux moyens de diffusion existants. Cette révolution numérique est-elle plus favorable aux majors (surtout américaines) qu'aux indépendants ? *A priori*, les majors disposent déjà d'une stratégie mondiale et semblent bien équipées pour y faire face. Cela dit, le risque de piraterie des *blockbusters* américains est plus élevé que pour les indépendants, souvent actifs sur des marchés plus spécialisés.

Les avantages de l'Internet pour les producteurs de films indépendants sont :

- \_ des coûts de promotion très faibles : une petite phrase lâchée sur le bon site permet de lancer le buzz (le film Blair Witch Project en est l'exemple type) ;
- \_ la possibilité de diffuser un film mondialement pour un coût très réduit ;
- \_ l'apparition de nouveaux types de contenus en ligne (films courts, films d'animation, etc.).

Trois conditions devront être réunies pour assurer le succès des indépendants européens

- \_ un cadre juridique qui assure la protection des détenteurs de droits ;
- \_ le développement de nombreuses expérimentations, qui permettront d'acquérir de nouveaux savoir-faire de production de films, de marketing ou de management ;
- \_ la richesse des contenus.

### **Stewart TILL, Red Bus (vidéo à la demande) - Angleterre**

Red Bus lance cette année un service de vidéo à la demande accessible par les réseaux Internet large bande. Ce service est sans doute le phénomène le plus fascinant pour l'industrie du film depuis l'arrivée de la vidéo dans les années 80.

Pour le consommateur, visionner une cassette vidéo reste une opération très lourde : il faut se déplacer deux fois jusqu'au magasin de location de cassettes, et celles-ci sont le plus souvent de piètre qualité. De surcroît, à l'exception de la France, les coûts engendrés par un tel mode de distribution dépassent souvent les recettes envisageables, et le marché est resté très étroit dans la plupart des pays européens. La vidéo à la demande, elle, sera beaucoup plus lucrative que la location de bandes vidéo, compte tenu de l'absence de frais d'emballage ou de transport, tandis que le consommateur aura accès à un choix de film beaucoup plus important et bénéficiera d'une qualité de projection inégalée. Les titulaires de droits, quant à eux, devront faire des choix douloureux : par exemple, devront-ils passer un contrat d'exclusivité avec un seul canal, pour s'assurer un revenu minimum, ou bien passer une multitude de contrats non exclusifs ?

### **Eric BAPTISTE, directeur général de la Confédération internationale des Sociétés d'auteurs et de compositeurs (CISAC) – France**

La CISAC représente environ 200 sociétés dans une centaine de pays, dans tous les



domaines culturels : sociétés de gestion de droits musicaux, audiovisuels, visuels ou littéraires. Toutes sont affectées par la révolution numérique, mais c'est la musique qui se trouve en première ligne. En effet, les techniques de compression et la bande passante actuellement disponibles sur Internet permettent de diffuser plus facilement des fichiers musicaux que des livres ou des images.

Adriano Marconetto nous disait tout à l'heure les difficultés qu'il rencontrait pour conclure des accords avec les sociétés d'auteurs. Nous pensons pourtant qu'il est de l'intérêt des auteurs que les techniques de diffusion numérique se développent. Nous ne cherchons donc pas à retarder le développement de ces technologies ou à interdire quoi que ce soit. Nous pensons au contraire que ces techniques permettront de redonner vie à des fonds de catalogue qui ne sont plus exploités comme ils devraient l'être. Les grands éditeurs phonographiques français, par exemple, n'ont pratiquement aucune audience au-delà de nos frontières. Le numérique devrait permettre de décroquer les marchés et d'améliorer les performances à l'exportation.

Mais ces espoirs ne doivent pas masquer les difficultés. Celles-ci sont d'abord liées au fait que les services Internet ne reposent plus sur une base territoriale. Ainsi, via le site Amazon.fr, n'importe quel internaute où qu'il soit dans le monde aura accès à des œuvres du répertoire français. Dès lors, comment collecter les droits d'auteur ? Les sociétés de gestion de droits sont à la recherche de solutions. Il existe d'importantes différences de législations, de pratiques et de prix selon les pays. Dès lors que l'Internet abolit les frontières, il faut réconcilier ces pratiques et ces traditions différentes. Imposer un modèle de guichet unique n'est pas pensable aux Etats-Unis, du fait des lois anti-trust. Le modèle américain du copyright, lui, va plutôt à l'encontre des intérêts des auteurs.

Nous travaillons pourtant sur des solutions pragmatiques, harmonisées, avec des accords de réciprocité, qui permettront à une société comme Vitaminic de conclure avec la société d'auteurs du pays où elle exerce l'essentiel de ses activités un accord lui donnant accès à l'ensemble du répertoire mondial. Pour ce faire, nous développons un ensemble de normes et de standards pour améliorer la communication entre nos membres. L'idée est la suivante : à chaque œuvre gérée par une société membre de la CISAC devra être associé un numéro d'identification unique, qui pourra être tatoué sur les fichiers à la norme MPEG, par exemple. Ensuite, tous les traitements liés à la gestion des droits pourront être automatisés. Il s'agit d'un travail de longue haleine : à elle seule, l'approbation d'une telle norme par l'ISO prend entre cinq et sept ans. Nous sommes très proches du but pour ce qui concerne les œuvres musicales. Nous prévoyons que les bases de données gérant les numéros d'identification (déjà 1 million de numéros ont été alloués à des œuvres musicales) seront opérationnelles au début de 2002. Dès cette date, le suivi des œuvres sur les réseaux pourra être géré de manière efficace, transparente et peu coûteuse.

**Michel LAMBOT, président de Play It Again Sam (PIAS), président de IMPALA (Independent Music Companies Association) - Belgique**

L'association IMPALA représente non seulement des maisons de disques indépendantes

mais aussi des auteurs indépendants, ce qui est plutôt rare. Pour ma part, j'exposerai un point de vue beaucoup plus pessimiste, particulièrement pour l'avenir des indépendants, que les intervenants qui m'ont précédés à cette tribune.

La numérisation des œuvres musicales date de 1986, avec le lancement du Compact Disc. Nous réalisons donc déjà l'essentiel de notre chiffre d'affaires avec des produits numériques, l'analogique ne représentant plus qu'une faible part de notre activité. L'enjeu est donc moins la numérisation, qui est déjà ancienne, que la disparition du support. La société que je co-dirige a des activités de producteur, d'éditeur et de distributeur de musique. Or le débat, à mes yeux, porte moins sur la distribution que sur l'édition et la production de contenus. Finalement, la distribution par large bande n'est pas très différente de la distribution par camions. Pourquoi les opérateurs qui distribueront demain la musique devraient-ils être aussi ceux qui la produisent ? Je n'y crois pas : des éditeurs et des producteurs indépendants vont continuer à exercer leur métier, à condition qu'ils puissent bénéficier d'une protection juridique suffisante. Il devient urgent de mettre celle-ci en place : dans quelques mois, les Suédois et les Finlandais auront accès à des réseaux large bande très performants.

La suppression de la taxation des œuvres musicales doit également être envisagée : aux Etats-Unis, les œuvres musicales ne supportent pas la TVA.

La sécurité juridique n'est pas le seul enjeu du moment : un nouveau software, MUTELLA, dont les codes sont disponibles sur Internet, permet de se procurer gratuitement des œuvres musicales piratées... Que peut-on faire contre cela, sinon interdire la copie privée des œuvres musicales, ce qui est évidemment impensable ?

Avec la large bande, des œuvres musicales peuvent être diffusées sur le Net avec une qualité sonore proche de celle d'un CD. Deux solutions technologiques s'offrent théoriquement à vous : le *downloading* (téléchargement) et le *streaming on demand*, cette dernière étant protégée par une licence exclusive. Mais quelle différence cela fait-il dans la mesure où l'internaute peut très bien enregistrer un fichier téléchargé, de la même manière que vous pouvez enregistrer le dernier titre de Johnny Hallyday lorsqu'il est diffusé sur une radio FM. Le *downloading* devrait donc lui aussi, à mes yeux, bénéficier d'une protection par licence exclusive. C'est un problème avant tout politique.

Enfin, pour exercer des activités sur le Net, pour exister sur le marché, il faut maintenant disposer de moyens financiers très importants, notamment pour la promotion. On retrouve donc les mêmes barrières économiques à l'entrée du marché qui existaient dans l'ancienne économie. Offrir aux éditeurs indépendants les financements qui leur permettraient de diffuser sur Internet sera donc le seul moyen de ne pas voir disparaître toute diversité culturelle.

**Jean-Manuel BOURGOIS, directeur général des Editions Magnard, président de la commission « nouvelles technologies » du Syndicat national de l'édition - France**

Depuis quelques années, même si l'on donne encore la parole aux professionnels du livre par politesse, j'ai l'impression que les éditeurs sont considérés comme une espèce en voie de disparition. Pourtant, en France, l'édition représente un chiffre d'affaires de 21 milliards de francs, 400 millions de livres vendus, dont 100 millions de livres de poche, 100 millions d'ouvrages prêtés dans les bibliothèques, et 3,7 milliards de francs de recettes à l'exportation, soit cinq à dix fois plus que tous les autres produits culturels. C'est enfin l'une des industries françaises les moins pénétrées par des acteurs capitalistiques étrangers.

Quel sera l'impact du numérique sur l'édition ? Trois scénarios sont envisageables pour l'avenir : certains anticipent un glissement lent et progressif, d'autres une évolution très rapide, d'autres encore des ruptures catastrophiques. En réalité, l'édition n'est pas un secteur homogène. Certains secteurs d'édition spécialisés sont pénétrés par le numérique depuis une dizaine d'années : c'est le cas de l'édition juridique, par exemple. L'édition scientifique, technique et médicale (STM) est également très largement numérisée. Dans l'édition de référence, l'édition encyclopédique, la numérisation est également bien entamée : l'*Universalis* ne publie plus d'édition papier depuis 1999. Les ouvrages pratiques, les guides de voyage sont également en voie de numérisation rapide. La numérisation va-t-elle toucher la littérature générale ? Lirez-vous demain le dernier Stephen King sur la plage sous forme numérique ? Le premier e-book sera vendu pour les fêtes de fin d'année aux Etats-Unis, pour moins de 100 dollars, avec une centaine de titres disponibles. Et nous n'avons sans doute encore rien vu...

Le numérique transforme les relations entre les éditeurs et tous leurs interlocuteurs. Les auteurs, tout d'abord : le numérique va sans doute grandement faciliter l'édition à compte d'auteur. Quant aux grandes signatures, aux grands auteurs, ils sont les seuls brands, les seules marques auprès desquelles les internautes peuvent se repérer sur Internet. De ce fait, certains auteurs de best-sellers refusent déjà de céder les droits numériques de leurs ouvrages à leurs éditeurs papier. Un système de gestion électronique des droits (DOI) verra sans doute le jour, qui permettra aux auteurs de toucher les droits correspondant à la diffusion de leurs œuvres sur le Net.

Les relations entre éditeurs et distributeurs vont également beaucoup évoluer : après BOL et la FNAC, c'est maintenant Amazon qui débarque sur le marché français de la vente en ligne de produits culturels. Le lecteur potentiel est aujourd'hui beaucoup mieux informé sur les livres que par le passé. Dans l'autre sens, la fréquentation des sites des éditeurs par les internautes leur donne une connaissance des lecteurs dont ils ne disposaient pas auparavant. Le développement des librairies électroniques offre également des applications spécialisées très intéressantes, par exemple pour les fonds de catalogue ou les livres anciens.

Enfin, les relations entre les éditeurs et l'État vont forcément évoluer. Pourquoi l'édition électronique du dernier Stephen King devrait-elle supporter un taux de TVA quatre fois plus élevé que son édition papier ? La protection des droits d'auteur, on l'a vu, est

également un sujet de préoccupation très important.

Les éditeurs considèrent que le support guttembergien ne doit être défendu que parce qu'il offre aujourd'hui le meilleur rapport qualité/prix. Si d'autres supports offraient demain une qualité équivalente ou supérieure pour un prix inférieur, nous n'hésiterions pas une seconde à en faire bénéficier nos auteurs et nos lecteurs.

### **Frans de BRUÏNE, directeur à la DG « Société de l'Information », Commission européenne**

J'aimerais en premier lieu dire l'importance des industries culturelles dans la société de l'information, avant de survoler les initiatives prises dans ce domaine par la Commission européenne.

Le Conseil européen de Lisbonne a fixé un objectif ambitieux : développer en Europe l'économie de la connaissance la plus dynamique et la plus compétitive du monde, en exploitant au mieux les opportunités offertes par la nouvelle économie et internet. Les industries culturelles, fortement impactées par les nouvelles technologies de l'information et de la communication, présentent de ce point de vue une grande importance. Le poids économique de ce secteur n'est pas négligeable, et il procure des centaines de milliers d'emplois de haut niveau.

Pour aider cette industrie à se développer, la Commission européenne s'efforce tout d'abord de créer les conditions de marché et de concurrence favorables. En deuxième lieu, elle veille à la protection des consommateurs et de la vie privée. Cette protection n'est pas seulement de nature législative ; il s'agit aussi de protections technologiques. Troisièmement, elle facilite l'évolution de l'industrie culturelle vers la société de l'information, à travers des programmes encourageant la création d'outils ou de contenus multimédias.

Trois mots clés permettent de caractériser cette transformation.

#### **\_ compétitivité**

En Finlande, 80 % des services et des contenus utilisés se caractérisent par la proximité. Beaucoup de nouvelles opportunités peuvent ainsi être saisies au niveau local ou régional, si la compétitivité est là.

#### **\_ créativité**

Dans ce domaine aussi, la Commission européenne peut avoir un rôle de stimulation, non seulement pour créer de nouveaux services et produits, mais aussi pour imaginer de nouveaux business models.

#### **\_ coopération**

La coopération doit être sans faille entre la Commission européenne et les Etats membres, entre le secteur culturel privé et le secteur public.

La révolution numérique, comme toute transformation économique ou culturelle, fera des victimes. L'Europe me semble néanmoins très bien placée pour réussir, aussi bien du point de vue technologique que du point de vue culturel.

**Nick KING, vice-président de Boxman, chargé du marketing (Grande-Bretagne)**

Boxman est un détaillant en ligne de produits de divertissement (musique, jeux, films). A l'origine, Boxman a été créé par des boutiquiers de bandes vidéo, ceux-là même dont Stewart Till a pronostiqué la disparition... Aujourd'hui, nous sommes présents dans huit pays. Nous vendons pour l'essentiel des produits dématérialisés, mais nous vendons également des produits numériques de format physique (CD, DVD). Combien de temps ces formats vont-ils survivre ? C'est toute la question qui nous occupe aujourd'hui. Cela dit, le disque vinyle a survécu au CD, et il est probable que certains supports physiques actuels survivront au développement de l'Internet.

Selon les pays, de 75 à 90 % de nos ventes de produits musicaux proviennent de fonds de catalogue, c'est-à-dire de produits sortis il y a plus de douze mois. Le commerce électronique a commencé à faire son chemin dans le cœur et dans le portefeuille des consommateurs. En Europe, 40 % du marché de la musique est constitué par des répertoires nationaux ou locaux. Cette proportion est très inférieure dans les produits que nous vendons, sans doute parce que nous offrons un catalogue beaucoup plus diversifié, couvrant de manière exhaustive des niches de marché comme le jazz ou la musique classique.

Vous aurez compris que nous estimons que le commerce électronique est susceptible de promouvoir la diversité culturelle. Avec le numérique, il devient plus facile de mettre un produit sur le marché. De plus, en tant que détaillant, nous sommes en mesure de mettre à la disposition de nos clients une très large palette de produits, y compris ceux qui font appel à la créativité la plus débridée. Boxman propose en outre le même catalogue dans tous les pays : nous voulons rendre les produits accessibles au plus grand nombre de consommateurs. Le disque du groupe suédois Kent, par exemple, était disponible dans nos boutiques bien avant que sa maison de disques ait décidé de le distribuer en Angleterre.

J'en terminerai avec notre vision du rôle des magasins traditionnels. Pour nous, ils vont continuer à avoir une influence déterminante sur le comportement des consommateurs en matière de musique. Mais leur nature économique sera sans doute très différente. Les détaillants traditionnels devront, eux aussi, vendre de la musique numérisée, faute de pouvoir stocker un nombre suffisant de titres dans leurs boutiques. Certains achats sont impulsifs, d'autres sont le fruit d'une longue réflexion. Certains se font seuls, d'autres en groupe ou en couple. Il y a de la place pour tout le monde !

**Eric LEGENT, président de France MP3 (France)**

J'ai créé France MP3 il y a un peu plus d'un an. Cette entreprise se présente comme un diffuseur et un distributeur francophone, multimusique, multisupport et multiplate-forme. France MP3 est aujourd'hui créditée par Médiamatrix de 59 % de part de marché. L'entreprise compte 34 collaborateurs, et a récemment accueilli le groupe NRJ au sein de son capital.

Le contenu du site peut être divisé en trois grands groupes.

\_ Le premier est celui des artistes autoproduits (environ 80 % de notre catalogue). Ces artistes ne demandent pas de rémunération : ils cherchent à se faire connaître d'un éditeur ou d'un distributeur.

\_ Les labels sont également des acteurs très intéressés : depuis sept mois, plus de 150 labels nous ont confié la distribution de leurs produits, à titre payant : entre 6 et 10 francs par morceau, sur lesquels nous touchons 30 à 40 % du chiffre d'affaires hors taxes.

\_ Les majors, enfin, ont considérablement fait évoluer leur position à notre égard depuis quelques mois. Ainsi, nous participons au lancement en France du nouvel album de Madonna, par exemple. Evidemment, il n'est pas question, pour ce type de produit, de le proposer en téléchargement.

Pour ce qui concerne la distribution, il est clair que le consommateur n'a aucune envie de payer 6,50 ou 9,90 francs pour un morceau qu'il peut trouver gratuitement sur Napster. Mais son appétence pour le produit musical, elle, ne cesse de croître. Il faut savoir que les hypermarchés consacrent en moyenne 3,50 mètres de linéaire au disque, qui assurent 52 % du chiffre d'affaires de l'industrie en France. Quant aux play-lists des radios FM, elles sont de plus en plus pauvres: 28 morceaux diffusés chaque jour en moyenne, contre 40 il y a quelques années... Heureusement, la déréglementation est passée par là, et notre modèle permet le passage d'un marché d'offre à un marché de demande. Nous venons d'ailleurs de conclure un accord avec un opérateur ADSL, Mangousta, qui va rémunérer France MP3 pour bénéficier de ses contenus qualifiés.

J'en terminerai avec le business model de France MP3. Je considère que le téléchargement est un modèle du passé. Lorsqu'un produit est rare, on le stocke : ce fut le réflexe des Français il y a quelques jours, à cause de la pénurie d'essence. Il en va de même dans la musique. Nous allons prochainement offrir des abonnements de streaming, grâce auxquels les consommateurs pourront écouter en toute liberté les morceaux de musique de leur choix. Reste à trouver le prix d'équilibre entre ce que les ayants droit sont prêts à céder et ce que les consommateurs sont prêts à payer. Or nous en sommes encore loin...

### **Jean-Marc FOLLIET, directeur général Musique et Vidéo, Amazon.fr**

La dématérialisation des supports est évidemment une évolution suivie de près par Amazon. Elle a déjà été mise en œuvre sur notre site américain, par le biais du *streaming* (payant) et du téléchargement d'extraits musicaux (gratuit, comme les bornes d'écoute dans les magasins). Par téléchargement gratuit, il faut comprendre la mise à disposition du consommateur, sur son disque dur, d'un fichier sécurisé (incopiable) et à durée de vie limitée.

Dans l'avenir, une certaine substitution des supports traditionnels par des produits numériques peut être envisageable. Mais nous pensons qu'elle sera relativement lente, d'une part, et qu'elle devra se faire dans des conditions de confort satisfaisantes pour le consommateur, d'autre part. Nous sommes également très attachés à opérer dans le

respect des droits en vigueur dans les différents pays, notamment du point de vue la protection des droits d'auteur.

A propos des ventes de livres, il faut savoir que plus de 50 % des ventes d'Amazon proviennent de fonds de catalogues. Cela signifie tout simplement que les consommateurs viennent acheter sur le Net les produits qu'ils ne trouvent pas dans les réseaux de distribution traditionnels.

### **Charles KERMAREC, librairie Dialogue (France)**

Les librairies traditionnelles sont-elles menacées par la dématérialisation des contenus culturels ? Pour répondre à cette question, il suffit de se demander à quoi sert un libraire. Une librairie est certes un commerce, mais c'est aussi un lieu où l'on peut venir passer des heures à discuter de littérature ou d'autre chose, une sorte d'agora des temps modernes, où l'on vient chercher un peu de bonheur. Autant dire qu'une librairie faillit à sa mission dès lors qu'il faut faire la queue aux caisses ou que l'on n'y trouve pas le livre que l'on est venu y chercher... Sans même parler des machines à vendre où l'on ne tient absolument pas compte de « l'âme » du papier imprimé !

La librairie est donc un lieu de médiation entre le livre et son lecteur. Or les métiers d'intermédiation sont très vulnérables. Déjà 64 % des internautes font leurs recherches sur les livres ou sur les prix via Internet. Le principal défaut des sites de vente de livres en ligne est, selon moi, l'absence de chaleur humaine. La facilité de mise en ligne des écrits entraînera inéluctablement une énorme prolifération des textes. Lorsqu'il y a embarras du choix, il faut quelqu'un pour trier, et le libraire me semble tout désigné pour assurer cette mission. Les éditeurs ne sont évidemment pas les mieux placés : je n'ai jamais lu une quatrième de couverture déconseillant la lecture d'un ouvrage... Je ne pense donc pas que les éditeurs aient intérêt à parier sur la vente directe et à favoriser la disparition des libraires. A terme, cela les obligerait en effet à engager des coûts de commercialisation autrement plus importants que les remises accordées aux réseaux de libraires actuels.

L'établissement de portails de référence, de sites et de bibliothèques de référence me semble donc inéluctable. Même dématérialisée, délinéarisée, fragmentée, la lecture se concevra toujours selon des parcours de lecture. Les libraires, comme le démontre l'aura dont ils disposent dans l'opinion publique, sont les seuls à même de le faire.

La conjonction du commerce électronique et de la dématérialisation du contenu va sans nul doute bouleverser le métier de libraire. Soit ces derniers s'approprient les nouveaux outils et leur apportent leur expertise du livre, soit les commerçants électroniques ajoutent à leurs prestations commerciales la relation humaine qui leur fait défaut aujourd'hui.

### **Patrick BAZIN, directeur de la bibliothèque municipale de Lyon (France)**

Parce que le livre est du texte, il a été le premier concerné par la révolution électronique. Internet, c'est avant tout du texte. Paradoxalement, malgré tous ceux qui craignent de

voir disparaître la lecture et le livre, le texte ne s'est jamais aussi bien porté ! Le paradigme de la bibliothèque est même devenu un modèle dominant. Ce qui est menacé, en revanche, c'est l'objet livre, qui n'est qu'une forme parmi beaucoup d'autres de l'inscription du texte dans un support. Je ne crois pas à sa disparition. En revanche, en tant que référent ultime de la textualité, le livre a fait son temps.

Les bibliothèques sont confrontées à un élargissement de leur offre, à d'autres bibliothèques ayant numérisé leur contenu ou à d'autres sources d'information. Elles s'efforcent par ailleurs de créer des listes de sites Internet et, en bons bibliothécaires, tentent de qualifier ces sites et de les référencer. Ce travail est évidemment sans fin, compte tenu du caractère perpétuellement mouvant des sites Internet, et très lourd pour des établissements disposant de moyens souvent limités. Quant au mode de paiement, il apparaît clairement que le public n'accepte pas de payer à l'acte. C'est le forfait à l'année qui s'impose, au moins dans le domaine de la lecture.

Outre ce mouvement d'externalisation, les bibliothèques sont également confrontées à un phénomène d'extériorisation. Si ce n'est la BNF, aucune bibliothèque ne met actuellement à la disposition du public de véritable bibliothèque électronique, où les documents sont consultables page à page. Mais de nombreux projets sont à l'étude. Le *reprint* à la demande est un autre axe de développement : il s'agit d'impression d'un document à la demande, à partir d'un document numérique, qui peut très bien être un ouvrage très spécialisé édité à cinq exemplaires au XIX<sup>ème</sup> siècle et conservé dans une bibliothèque située sur un autre continent. L'enrichissement des catalogues est également un terrain sur lequel les bibliothèques peuvent, avec les libraires, avoir une action déterminante.

Enfin, toujours au chapitre de l'extériorisation, force est d'admettre que le e-book est l'objet d'un engouement sans précédent. S'il connaît le succès commercial que certains lui prédisent, qu'est-ce que cela signifiera pour les bibliothèques ? Sera-t-il possible de prêter un document électronique pour une durée limitée à trois semaines, au bout desquelles le fichier deviendra inutilisable ?

**Synthèse réalisée en temps réel par la société Hors Ligne – 01 44 14 15 00**

---

Financement des contenus : initiatives privées, aides publiques,  
incitations fiscales

Atelier 3

*Président :*

Paulo BRANCO, producteur et distributeur de Gemini Films – Portugal

*Rapporteur :*

Elisabeth FLURY-HERARD, directrice générale de l'Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles (IFCIC), membre du Conseil de la concurrence – France



*Etudes de cas :*

Ryclef RIENSTRA, directeur du Dutch Film Fund – Pays-Bas

Rolf BAEHR, directeur du Film Forderung Anstalt – Allemagne

Henri de LAPPARENT, président de Part'com – France

*Autres intervenants :*

Maruja GUTTIEREZ-DIAZ, chef d'unité « multimédia » – Commission européenne

Ronald FELTKAMP, chef d'unité « Entreprises publiques et Services », DG Concurrence

Guy CLAUSSE, chef de la division « Politiques opérationnelles » à la direction générale des opérations de prêts de la Banque européenne d'investissement

Jean-François MICHEL, Bureau européen de la musique, Bruxelles

Rosario ALBUQUERQUE, conseillère technique à l'Institut de la cinématographie et des arts audiovisuels (ICAA) – Espagne

### **Rolf BAEHR, directeur du Film Forderung Anstalt – Allemagne**

Nous allons évoquer le financement du film de cinéma mais aussi de tout ce qui concourt à son exploitation (vidéo, vidéo à la demande, Internet, etc.). Je crois que nous aurons besoin d'une vaste plate-forme numérique qui donnera aux producteurs et éditeurs indépendants d'accéder à tous ces nouveaux contenus numériques. Mais comment la financer ? Ressources étatiques, fiscales, parafiscales, financements par les télévisions permettent déjà de collecter bon an mal an quelque 8 milliards pour 400 à 500 productions.

La proposition allemande est la suivante : demander à tous les Etats européens d'imposer une redevance parafiscale sur les nouveaux modes de diffusion numérique, selon le principe que toute exploitation par les nouveaux canaux numériques doit contribuer au financement de la production européenne.

En Allemagne, depuis quatre ans, s'est ouvert un vaste débat autour des ressources des fonds. Environ 5 milliards de marks ont été mobilisés par ces fonds depuis quatre ans. Mais la presque totalité est consacrée à des productions américaines. Aussi l'industrie allemande du cinéma réclame-t-elle une nouvelle législation qui impose que ces capitaux mobilisés sur le marché soient investies dans des films allemands ou du moins européens.

Un troisième mode de mobilisation de fonds serait la création d'un fonds de garantie communautaire. L'Allemagne y est opposée : elle préférerait que la Banque européenne d'investissement (BEI) mette à disposition des ressources assurant des garanties identiques.

Vaut-il mieux encourager des produits particuliers ou bien des entreprises ? Comme vous le savez, la culture est l'un des domaines de responsabilité des Länder. Pour éviter que ceux-ci ne se livrent concurrence pour attirer les entreprises culturelles, nous croyons nécessaire d'encourager des produits, des projets, et non des entreprises.

La question de la compatibilité des aides nationales avec le droit de la concurrence

européen est également posé. Nous pensons qu'il faut encourager les co-productions européennes : dans l'industrie du cinéma allemande, les co-productions internationales sont l'un des modes de financement prédominants, et ce sont elles qui font le plus d'entrées dans les salles.

### **Henri de LAPPARENT, président de Part'com – France**

Part'com est une société de capital-investissement qui investit en France, en Europe et en Amérique du Nord, dans le champ des médias de l'image, des télécoms et de tout ce qui se trouve entre les deux secteurs. Notre portefeuille investit se monte aujourd'hui à quelque 3 milliards de francs.

Faut-il financer des produits ou des entreprises ? Je suis pour ma part favorable au financement des entreprises, peut-être pas pour le film de cinéma mais au moins pour tous les autres types de produits. L'on sait que les cycles d'amortissement des produits images sont des cycles longs, de l'ordre de cinq à dix ans. Avec un financement axé sur les produits, le taux de mortalité des entreprises productrices de ce type de produits est effrayant : de l'ordre de 70 à 80 %, du moins en France. Je me suis souvent employé à convaincre de jeunes créateurs de commencer à travailler dans des entreprises existantes, et de retarder le moment où ils prendraient leur autonomie et de prendre le temps d'acquérir de l'expérience. En France, en effet, beaucoup d'aides étaient, il y a encore peu, centrées sur le produit.

On prétend souvent que les financements privés se dirigent naturellement vers les systèmes, les réseaux, au détriment des contenus. Je ne pense pas que cela soit toujours vrai. De surcroît, depuis deux ans, l'essentiel de l'argent investi dans les contenus provient des investisseurs privés, plus souvent sous forme de capitaux que sous forme de prêts. Cela signifie que les porteurs de projet devront présenter des plans d'affaires qui tiennent la route : les investisseurs ne sont plus prêts à financer de nouveaux Amazon et à attendre cinq ans le retour sur investissement. Pour trouver un financement, un projet doit désormais atteindre l'équilibre en deux ans. Tous les efforts doivent donc être faits pour tenter de créer un marché stable, avec des revenus si possible récurrents, sous forme d'abonnements.

### **Ryclef RIENSTRA, directeur du Dutch Film Fund – Pays-Bas**

Il n'existe pas à proprement parler d'industrie culturelle aux Pays-Bas, à moins que la télévision ne mérite ce qualificatif... Le cinéma néerlandais relève plutôt de l'artisanat, et il n'y a pas de producteurs indépendants puisque tous sont tributaires des aides publiques. La co-production internationale est donc une nécessité vitale. Encore la part néerlandaise est-elle souvent très minoritaire.

On ne peut pas espérer faire de cinéma européen en allant chercher à Hollywood des réalisateurs comme Paul Verhoeven ou des acteurs comme Arnold Schwarzenegger... Aussi faut-il mettre en place un système particulier d'encouragement du cinéma européen. Ce système doit être basé, en premier lieu, sur des dégrèvements fiscaux. Un

deuxième outil à la disposition des créateurs est un fonds d'investissement, bien modeste au regard de ses homologues étrangers. Enfin, aux côtés des aides directes et des dégrèvements fiscaux, il y a les financements apportés par les télévisions publiques, qui ne cessent de diminuer.

La Commission estime que les subsides des fonds d'investissement publics ne devraient pas représenter plus de 50 % du financement d'un projet de cinéma. Je peux comprendre cette position, même si j'estime que ce seuil est trop bas pour les petits pays comme les Pays-Bas. De plus, dans la mesure où les dégrèvements fiscaux et les subsides des télévisions publiques sont aussi des aides publiques indirectes, cela n'a pas grand sens... Il est très difficile de rentabiliser un film néerlandais, réalisé aux Pays-Bas par des acteurs néerlandais : le marché est en effet extrêmement étroit. Aussi me semble-t-il que les aides publiques devraient pouvoir être plus larges, en particulier pour encourager le développement des nouveaux modes de création par les nouvelles technologies.

### **Paulo BRANCO**

Je constate tout d'abord qu'en Europe, les investissements publics et privés coexistent : ce n'est pas à moi de décider quelle doit être leur importance relative. Ce constat fait, je crois qu'il faut distinguer la production cinématographique et la production télévisuelle. Aux Etats-Unis, les producteurs sont payés à prix d'or par les grands studios. En Europe, le rôle du producteur de cinéma est de plus en plus étroit. Si l'on ne nous donne pas les moyens, la capacité de décider et de prendre des risques, et que l'on laisse les financiers et les bureaucrates prendre toutes les décisions, le nombre des projets de cinéma intéressants va forcément beaucoup diminuer. J'insiste donc pour que l'on laisse aux créateurs une liberté de création suffisante.

Par ailleurs, il faut lancer une réflexion sur l'élargissement de la distribution. Comment faire en sorte qu'un film néerlandais soit diffusé partout en Europe ? Comment un producteur portugais pourrait-il vivre si ses films ne sont exploités qu'au Portugal ?

### **De la salle**

Henri de Lapparent estime que les créateurs ont intérêt à débiter dans une entreprise déjà existante. Je ne partage pas ce point de vue. Si l'Europe ne se dote pas d'un système de financement des projets des jeunes créateurs, ils iront proposer leurs idées à l'étranger, c'est-à-dire aux Etats-Unis, un peu comme cela se produit dans le domaine de la recherche scientifique.

### **Henri de LAPPARENT**

Il ne faut pas avoir une vision trop dichotomique de la société. Il n'y a pas d'un côté l'entreprise, qui serait le mal absolu, et de l'autre le créateur, forcément bridé par l'entreprise. J'ajoute que mon propos concernait moins le cinéma que toutes les autres formes de production numérique. De mon point de vue, les jeunes créateurs se pervertissent en voulant exercer un métier qui n'est pas le leur, celui de chef d'entreprise. Le fait d'intégrer une entreprise déjà instituée leur permet non pas d'ignorer la contrainte économique – c'est impossible aujourd'hui – mais de laisser à d'autres la gestion

industrielle pour mieux se concentrer sur la création.

### **Le président de la Fédération internationale des distributeurs de films**

Peut-être faudrait-il réviser la directive « télévision sans frontières » dans un sens plus ferme, si l'on veut vraiment que les films circulent : aujourd'hui, les émissions de plateaux sont comptabilisées dans le quota national au même titre que les films. De plus, je ne comprends pas la position des Pays-Bas, qui se plaignent que leurs films ne circulent pas en Europe mais votent contre une augmentation du budget média !

### **Ryclef RIENSTRA**

Je ne peux évidemment pas être tenu responsable de la politique de mon gouvernement... Par ailleurs, je ne crois pas que les distributeurs feraient davantage d'efforts pour distribuer les films néerlandais, même si le budget média augmentait.

Les distributeurs et les exploitants de cinéma ont évidemment intérêt à remplir leurs salles. Mais pour remplir les salles, il faut projeter les films que les gens ont envie de voir, c'est-à-dire des films américains. A mes yeux, il ne s'agit pas seulement d'un problème de financement de la distribution. C'est, plus généralement, lié au manque de curiosité des spectateurs européens pour les films produits dans les autres Etats européens. Aucun film portugais n'a jamais eu le moindre succès chez nous parce que les gens ne connaissent rien au Portugal et à sa culture. Il faut donc mettre l'accent sur l'éducation des spectateurs. Des moyens de diffusion bon marché, comme l'Internet, permettent de promouvoir les cultures nationales et de faire connaître les créateurs européens.

### **Paulo BRANCO**

Il y a en effet un véritable problème de visibilité des productions européennes dans les autres pays. Il est rare que les télévisions diffusent des films européens non nationaux.

### **De la salle**

Avant de penser à éduquer le public, il faut d'abord lui offrir le choix. De ce point de vue, je pense que la télévision peut jouer un rôle important. Il existe déjà des quotas nationaux. Pourquoi ne pas réserver un espace aux productions européennes non nationales ? On donnerait ainsi une chance à ces productions, ni nationales, ni américaines, de conquérir un nouveau public.

### **Rosario ALBUQUERQUE, conseillère technique à l'Institut de la cinématographie et des arts audiovisuels (ICAA) – Espagne**

Toutes les grandes productions américaines bénéficient d'une couverture médiatique inégale : tous les journaux, plusieurs jours avant leur sortie, consacrent une large place à des superproductions comme *Gladiator* ou *Mission Impossible 2*. Ce n'est évidemment pas le cas avec les films européens. Il en allait de même, il y a quelques années, avec les séries télévisées : seules des séries américaines étaient proposées au public. Il a fallu le succès de quelques séries nationales pour que l'on se rende compte de l'appétence du

public pour des séries nationales. J'espère qu'un phénomène comparable se produira pour le cinéma.

En Espagne, historiquement, toutes les mesures de soutien du cinéma s'inscrivaient dans une perspective culturelle donnée. Nous avons considéré qu'il fallait aussi offrir aux sociétés de production des dispositifs les mettant plus à l'abri des incertitudes, en particulier avec l'arrivée du numérique. En matière de cinéma, il me semble qu'il est nécessaire de disposer de structures solides. Un film à succès ne fait pas une industrie du cinéma. Il faut encourager le développement de sociétés de production capables de garantir la continuité. L'ICAA (l'équivalent du CNC en Espagne) a conclu une convention avec une agence publique qui met à la disposition des établissements prêteurs une ligne de crédit, qui permet à la fois de garantir l'obtention du prêt par le producteur et de bonifier le taux d'intérêt pratiqué. Ce système vise donc à renforcer la confiance des banques dans les producteurs de cinéma, et à leur faire comprendre qu'un film est un actif de grande valeur, qui peut servir de garantie à un financement.

Il existe par ailleurs des subventions qui permettent d'encourager les premiers films et les créateurs indépendants. Mais l'autre source de financement importante du cinéma espagnol est fourni par les télévisions, qui y consacrent 5 % de leurs recettes. Plus que jamais, le cinéma a donc besoin de la télévision, et *vice versa*.

### **Paulo BRANCO**

En dix ans, l'industrie cinématographique espagnole a connu une véritable renaissance, due, pour l'essentiel, à l'obligation par les télévisions de financer le cinéma à hauteur de 5 % de leur chiffre d'affaires, ce qui est considérable. Par ailleurs, une loi oblige les exploitants à diffuser des films espagnols pour pouvoir montrer des films américains dans leurs salles. Il faut aussi tenir compte des débouchés offerts par l'Amérique du Sud.

### **Rosario ALBUQUERQUE**

Je dois préciser que les quotas de distribution ont été supprimés, parce que le gouvernement espagnol voulait conduire une politique plus libérale, mais aussi parce qu'ils avaient des effets pervers. Les majors achetaient des films européens parce qu'ils y étaient obligés, sans se préoccuper de leur qualité.

### **Ryclef RIENSTRA**

Les films européens non espagnols sortent-ils aussi en Espagne ?

### **Paulo BRANCO**

Plusieurs des films que j'ai produits récemment sont sortis en Espagne, ainsi que beaucoup de films français. Les choses sont en train d'évoluer dans le bon sens.

### **Maruja GUTTIEREZ-DIAZ, chef d'unité « multimédia » – Commission européenne**

Les industries culturelles européennes se renforcent mutuellement : les bandes originales

des films à succès figurent généralement parmi les meilleures ventes de musique. De surcroît, le secteur culturel est un très important pourvoyeur d'emplois, souvent de haut niveau.

Par ailleurs, la production et la distribution des œuvres culturelles est en train de se mondialiser. Pour l'Europe, c'est une grande opportunité, qu'il importe de saisir. Le Conseil européen de Lisbonne, consacré au développement de l'industrie culturelle européenne, a insisté sur l'atout que constitue la diversité de langues et de cultures.

C'est dans un esprit de synergie et de coopération entre tous les professionnels (éditeurs, auteurs, producteurs, distributeurs) que l'industrie culturelle européenne obtiendra les meilleurs résultats. Les programmes Média Plus et Culture 2000 sont quelques-uns des outils mis à la disposition des professionnels par la Commission européenne pour encourager leur développement.

L'initiative e-learning que nous avons prise vise à encourager la coopération entre la culture et l'éducation, notamment pour l'éducation tout au long de la vie. Cette évolution majeure de nos sociétés aura un impact évident sur l'industrie des produits culturels.

### **Jean-François MICHEL, Bureau européen de la musique, Bruxelles**

Les soutiens européens à l'industrie musicale sont pratiquement inexistants. Le programme Culture 2000 est un progrès de ce point de vue. Mais il ne doit pas constituer la seule réponse face aux enjeux du numérique.

Force est de constater que les investisseurs ne s'intéressent guère à la musique. Or il y a urgence. alors que le marché de la musique en Europe était peu ou prou équivalent à celui des Etats-Unis, l'arrivée du numérique est en train de bouleverser la donne. Le Net est en effet beaucoup plus développée aux Etats-Unis, et si l'Europe ne réagit pas très rapidement, elle laissera bientôt les Américains exercer un leadership incontesté.

Il est de la responsabilité des Etats membres de l'Union européenne de mettre en place un cadre juridique et fiscal permettant de rassurer les investisseurs et d'encourager la prise de risques et de responsabilités. Mais cela sera insuffisant si des systèmes de financement plus performants ne sont pas mis en place : le manque de fonds propres est un handicap bien connu des sociétés musicales. Le temps n'est plus où l'on pensait que l'Internet permettrait d'abaisser les coûts de production de manière drastique. L'on sait maintenant que pour exister sur le Net, il faut consacrer des sommes importantes au marketing, à l'acquisition de nouveaux savoir-faire techniques et managériaux.

Les actions de la Commission européenne à travers les programmes « Société de l'information » sont souvent très intéressantes. L'on parle beaucoup de diversité culturelle, par exemple. Mais je souhaiterais que certains de ces programmes soient adaptées aux spécificités du secteur musical, qui recherche des réponses simples à ses problèmes.

## **Michel LAMBOT**

Je confirme qu'il est nécessaire de faire un effort de traduction des aides des programmes communautaires : pour ma part, bien que je pratique quatre ou cinq langues européennes, j'ai le plus grand mal à comprendre les intitulés des aides qui nous sont proposées...

### **De la salle**

L'éducation, la formation, la culture, la jeunesse, les sports et les autres dispositifs « sociaux » pèsent moins de 1 % du budget communautaire, tout simplement parce ces domaines ne relèvent pas des compétences de l'Union. Tous ces débats au plan communautaire sont donc un peu vains : il vaudrait mieux consacrer notre énergie à dialoguer avec les Etats, même s'il faut évidemment viser un certain degré d'intégration européenne.

## **Marc LUMBROSO, Syndicat de l'édition phonographique – France**

Dans la musique, l'une des difficultés essentielles est constituée par les goulots d'étranglement de la distribution et de la diffusion : les maisons de disques signent finalement très peu d'artistes au regard du nombre de prétendants. C'est dans ce domaine que doivent être concentrées les aides. Je ne perçois pas, en revanche, de revendications fortes en matière d'aide à la production. Par ailleurs, il faut encourager l'exportation, tant des productions européennes en dehors de l'Union que des productions nationales vers les autres Etats membres.

### **De la salle**

La musique est le principal bénéficiaire des actions de mécénat culturel d'entreprise (33 % du total). C'est vrai dans la musique classique, par exemple, où Volvo soutient l'orchestre de Göteborg.

## **Guy CLAUSSE, chef de la division « Politiques opérationnelles » à la direction générale des opérations de prêts de la Banque européenne d'investissement**

La BEI est l'institut de crédit à moyen et long terme de l'Union. Nous finançons des projets aussi bien matériels qu'immatériels (70 % de financements d'infrastructures). Nous souhaitons néanmoins réorienter une partie de nos prêts dans des domaines tels que : le capital humain et l'innovation ; les PME ; la recherche et le développement ; les réseaux des nouvelles technologies de l'information et de la communication ; la diffusion de l'innovation, notamment les industries de contenu, où l'intervention de la BEI était jusqu'ici marginale. Il s'agit donc d'un domaine nouveau pour nous, et nous manquons encore d'expertise. Nous aurons donc recours au co-financement, avec le secteur privé comme avec le secteur public.

Trois types d'intervention sont envisageables :

- \_ le financement par prêt des investissements (installations acier et béton, équipements, mais aussi software) ;
- \_ le financement par capital-risque, à travers des fonds qui investissent dans des entreprises de contenus ;
- \_ le financement par prêt de la production et de la distribution des produits de contenus,

en co-financement avec des partenaires expérimentés.

Nous financerons plus volontiers des portefeuilles de produits que des produits isolés.

### **Paulo BRANCO**

Pour maintenir la diversité de l'offre, il faut contrebalancer les grands groupes et les mouvements de concentration. Il faut donc aider les petites entreprises à financer les investissements très importants qu'elles vont devoir consentir pour suivre les évolutions technologiques liées au numérique. La situation de la distribution m'inquiète tout particulièrement : si l'on ne fait rien, les artisans vont devoir s'effacer devant les exploitants de multiplex. L'intervention de Guy Clause, de ce point de vue, me paraît porteuse d'avenir.

### **De la salle**

Les nouvelles orientations de la BEI sont à mettre au crédit de la présidence portugaise. Mais il faut, à mes yeux, aller au-delà de la simple mise en place de mécanismes de financement, qui souvent profitent davantage au cinéma américain. Le plan d'action 16/9, par exemple, a surtout servi à numériser et à mettre au format 16/9 des centaines d'heures de cinéma américain... Le pire est que l'on n'y peut pas grand chose : la définition actuelle de « l'œuvre européenne » laisse un boulevard aux Américains. Il faut la faire évoluer.

### **Ronald FELTKAMP, chef d'unité « Entreprises publiques et Services », DG Concurrence**

Comme toutes les autres aides, les aides aux industries culturelles tombent sous le coup de l'article 87 du Traité, qui oblige les Etats membres à soumettre toutes les aides nationales à la Commission européenne. Nous considérons que le contenu des projets doit être du ressort des Etats membres. Nous cherchons simplement à empêcher que ces aides ne cachent des mesures de protection des industries nationales face à leurs concurrentes des autres pays de l'Union. Or plusieurs plaintes ont été adressées à la Commission à propos du régime d'aide français. Nous avons réagi :

\_ en fixant un plafond d'aide par projet (50 % de financement public), notamment pour éviter les surenchères entre les Etats ;

\_ en infléchissant le principe de territorialité en vigueur en France : désormais, on peut obtenir 100 % de l'aide si 80 % des dépenses sont faites en France, contre 100 % auparavant.

Il n'est pas du tout dans les intentions de la Commission de limiter les aides à la culture. Nous considérons simplement que les aides à l'industrie ne sont pas des aides à la culture. Les laboratoires de développement ou l'industrie du dubbing offrent des services techniques, qui n'ont qu'un lointain rapport avec la culture.... A terme, nous espérons obtenir la disparition totale des clauses de territorialité, afin de faire émerger une industrie réellement européenne.

### **Paulo BRANCO**



Je dois dire que je suis atterré par ce que je viens d'entendre. Le seul système qui ait fait ses preuves en Europe est le système français. Mieux, c'est grâce à l'existence du système français que des films peuvent être produits dans d'autres pays européens. Or la Commission européenne ne semble pas avoir d'autre but que de détruire ce système, au lieu de favoriser la concentration de l'industrie européenne et lui permettre ainsi de renforcer sa compétitivité face aux majors américains.

**Ryclef RIENSTRA**

Je suis le gérant d'un fonds alimenté par des deniers publics. Mais quid des aides des télévisions publiques et des allègements fiscaux ? Ne s'agit-il pas d'aides publiques ?

**Ronald FELTKAMP**

Nous ne prétendons pas imposer au gouvernement français le choix de la nationalité des films qu'il entend soutenir. Mais nous pensons que si les opérateurs peuvent aller faire un film dans le pays de leur choix, le coût de production finira par être moindre.

Les aides fiscales sont également des aides publiques. Mais elles ne sont pas discriminatoires. Le système français, lui, est discriminatoire, puisqu'il réserve des ressources prélevées sur les films de toute nationalité aux seules productions françaises.

**Ryclef RIENSTRA**

Comment définissez-vous la notion de produit culturel « difficile » pour lesquels le seuil de 50 % de financements publics pourrait être dépassé ?

**Ronald FELTKAMP**

Ce n'est pas du ressort de la Commission européenne : ces critères devront être fixés par les Etats membres.

**Paulo BRANCO**

Je suggère que tous les films européens soient classés « difficiles ».

**Serge SIRITZKY**

Je suis moi aussi effaré par la position de la Commission. Je peux comprendre que vous souhaitiez qu'un producteur de film prenne un minimum de risques à sa charge. Mais d'où sortez-vous ce seuil de 50 % ? Et pourquoi, dès lors, ne pas tenir compte des aides européennes ? Par ailleurs, vous faites un distinguo pour le moins contestable entre l'industrie audiovisuelle et la culture. Pourtant, l'industrie audiovisuelle n'est-elle pas le meilleur vecteur de la défense d'une culture ? A suivre votre raisonnement, il n'y plus qu'à généraliser l'anglais et la culture anglo-saxonne ! Il y a là un problème de fond : soit l'on reconnaît l'intérêt de préserver la diversité culturelle ; soit l'on donne le primat à un raisonnement purement économique. Et même dans ce dernier cas, vous savez pertinemment que les industries culturelles sont, au plan mondial, outrageusement dominées par les Américains. Est-ce ainsi que vous pensez préserver la concurrence ?

## **Ronald FELTKAMP**

La Commission n'a absolument pas l'intention de favoriser la domination sans partage des produits culturels américains, bien au contraire ! Nous souhaitons préserver la diversité culturelle européenne, et même la développer. S'agissant de la concentration de l'industrie culturelle américaine, la Commission n'a aucune influence. Quant au seuil de 50 %, c'est un seuil indicatif, qui est le fruit de nos discussions avec les différents Etats membres. Le tableau n'est donc pas aussi noir que vous le dépeignez. Nous croyons simplement qu'il n'est pas justifié d'octroyer des aides à l'industrie sous le prétexte de la culture. Mais nous sommes en faveur des aides à l'ensemble des expressions culturelles européennes.

### **De la salle**

Je note que la DG Concurrence prétend ne pas avoir d'idée préconçue sur ce que doit être la culture, alors que c'est exactement l'inverse : vous dites que vous êtes en faveur de la culture à condition qu'il ne s'agisse pas d'industrie ! De plus, ce que nous venons d'apprendre signifie que les sommes investies par les télévisions, aussi bien publiques que privées, sont incluses dans les 50 % d'aides publiques. Bref, la Commission veut purement et simplement interdire aux Etats de s'immiscer dans les relations entre les financeurs et les producteurs. On sait ce que cela signifie : la disparition pure et simple de toute production nationale.

## **Ronald FELTKAMP**

Nous ne voulons pas la disparition des aides d'État ! Nous voulons simplement que ces aides ne soient pas conditionnées à la territorialité des dépenses. Si les aides sont « communautarisées », le seuil de 50 % importera peu, en réalité, puisqu'elles ne pourront plus constituer des distorsions de concurrence intra-communautaire.

### **De la salle**

Pour ce qui est de la musique, il sera difficile à un artiste musical finnois d'être produit par un producteur non finnois. Par ailleurs, le débat sur les aides nationales et communautaires risque de tourner court si la musique rentre dans le champ de l'OMC. De surcroît, la diversité culturelle suppose le maintien d'un réseau de distributeurs indépendants. Or ils vont probablement disparaître dans les années à venir à cause des investissements nécessaires pour suivre l'évolution du numérique.

### **De la salle**

Plutôt que de chercher à éviter les surenchères nationales, pourquoi la Commission ne s'attache-t-elle pas à faire progresser le montant cumulé des aides sur tout le territoire de l'Union ? Par ailleurs, la distinction que vous faites entre culture et industrie a peut-être un sens en cinéma. Mais en télévision, c'est un non sens absolu, puisque les programmes de télévision sont, par définition, des programmes grand public.

## **Peter FLEISCHMANN**

Si j'ai bien compris Ronald Feltkamp, la Commission cherche à décloisonner les

industries culturelles européennes et à favoriser l'émergence d'une industrie culturelle européenne. Dès lors, la Commission serait-elle prête à accepter que la France maintienne son système si celui-ci permet de financer tous les projets européens, sans distinction de nationalité ?

### **Ronald FELTKAMP**

Le gouvernement français reste libre d'octroyer ou non une aide à un film. Nous ne lui contestons pas ce droit. Nous contestons le fait qu'il conditionne son aide au fait qu'elle soit dépensée, à hauteur d'un certain pourcentage, dans le même pays. J'ajoute que nous sommes tombés d'accord, sur ce principe, avec les autorités françaises elles-mêmes. En quoi serait-il négatif, pour un producteur, d'avoir le choix de tourner son film dans un pays, de le faire monter dans un autre et synchroniser dans un troisième ? J'avoue que je comprends mal vos réticences.

### **Elisabeth FLURY-HERARD, directrice générale de l'Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles (IFCIC), membre du Conseil de la concurrence – France**

En tant qu'ancien directeur du film au CNC, je n'accepte pas que l'on présente le système français comme un exemple de verrouillage national des aides. L'essentiel des films produits en France ces dernières années sont des co-productions internationales, et bénéficient pourtant de 100 % des aides. Par ailleurs, dès lors qu'il y a des aides d'État, ce sont forcément des aides territoriales. Pourquoi l'Allemagne mettrait-elle en place une aide à la sidérurgie si cette aide ne profite qu'à des sidérurgistes étrangers ?

### **Paulo BRANCO**

J'appelle tous les professionnels à réagir vigoureusement à ce que nous venons d'entendre. Je demande à la Commission de travailler dans la transparence, afin que les professionnels puissent intervenir dans le processus. Ne laissons pas le cinéma portugais, pour ne citer que lui, disparaître sans réagir !

**Synthèse réalisée en temps réel par la société Hors Ligne – 01 44 14 15 00**

---

## Séance de clôture

### Rapport de l'atelier 1 :

#### **Concentration de la production et de la distribution**

*Henry INGBERG*

*Secrétaire général du ministère de la Communauté française, Wallonie – Belgique*

L'atelier a débuté par un rappel des risques que ferait peser sur la diversité culturelle européenne la concentration des acteurs de l'industrie culturelle. Certains participants ont ouvertement critiqué la composition du panel de la séance d'ouverture, qui outre la ministre française de la Communication, a donné la parole à trois représentants de grands

groupes audiovisuels privés, à l'exclusion des acteurs publics et des producteurs indépendants. Cela dit, la voix de ces derniers a pu largement se faire entendre au cours des travaux de l'atelier. Quant aux services publics, ils avaient eu l'occasion de s'exprimer dans d'autres enceintes. Indépendants, grands groupes internationaux, entreprises publiques et représentants des Etats : tels sont donc les quatre protagonistes en présence.

## I. Les contenus

Très vite, un premier mot clé s'est imposé : le contenu. Encore a-t-il fallu s'entendre sur la signification du terme : un produit, un programme, une œuvre ? Chacun a pu exposer son approche du contenu en fonction de sa propre sensibilité.

Face à la numérisation se dessine tout d'abord une tendance à l'épanouissement généralisé de la créativité. Parallèlement, on observe un mouvement contradictoire de concentration et de consolidation des grands acteurs économiques, qui tend non pas à un élargissement de l'éventail mais au contraire à un rétrécissement de l'offre proposée au public.

Personne, dans le panel, n'a remis en cause le rôle des indépendants. Eux-mêmes se jugent plutôt bien et les groupes internationaux les jugent favorablement. Pourtant, pour certains, la consolidation du marché tend à laminer, voire à éliminer purement et simplement les indépendants. Que ce soit en musique, dans le livre ou dans le cinéma, « les gros écrasent les petits » et tuent la création originale. Les groupes internationaux prétendent néanmoins défendre la création originale et ne se voient pas simplement comme des professionnels du marketing. Le représentant de Kirch a ainsi relaté que le film *La Strada* n'avait pu voir le jour que par la volonté de son groupe. Les représentants des grands groupes ont ajouté que face à la mondialisation, les producteurs indépendants se trouvaient démunis.

Y a-t-il donc complémentarité entre producteurs indépendants et groupes internationaux ? En théorie, oui : les grands studios américains se nourrissent ainsi des productions indépendantes. Dans les faits, la concentration dans le secteur de la distribution a plutôt nui, ces dernières années, à la diversité des œuvres diffusées.

Dès lors, il faut faire appel à la régulation. Les quotas figurent au premier rang des outils les plus utilisés en Europe. Mais les grands groupes estiment que les quotas sont dépassés : tant en France qu'en Allemagne, Canal+ ou Kirch consacrent des sommes considérables à la production, sans y être pour autant contraints par les textes. La nécessité des aides publiques à la production a également été réaffirmée avec force.

## II. La distribution internationale à la recherche du marché européen

Le seul dénominateur commun en Europe est le poids du cinéma américain. Pour le reste,

il existe une mosaïque de marchés nationaux, où les œuvres européennes ne circulent qu'avec difficulté.

Faut-il s'attacher à couvrir le marché européen hors la sphère anglo-saxonne, c'est-à-dire sans chercher à concurrencer les Etats-Unis sur leur chasse gardée ? C'est en tout cas le choix fait par le groupe Kirch.

### III. La numérisation

Kirch et Canal+ ont des approches différentes : pour le premier, la télévision sera toujours l'écran vers lequel convergeront l'essentiel des recettes publicitaires ; pour le second, il y aura, aux côtés de la télévision, des écrans spécialisés.

### IV. Le rôle des pouvoirs publics

Les pouvoirs publics sont unanimement appelés à la rescousse pour faire respecter le droit d'auteur et assurer la régulation du marché. Et si certains réclament la disparition des télévisions publiques à la botte du pouvoir politique, d'autres ont pointé l'émergence, en sens inverse, de politiques à la botte des médias...

### V. Les questions en suspens

*Quid* de l'internationalisation des services publics ? *Quid* des partenariats et des associations entre groupes privés et services publics de radiotélévision ?

---

**Rapport de l'atelier 2 :**  
**Commerce électronique et dématérialisation des contenus culturels**  
*Serge SIRITZKY*  
*Directeur de Ecran Total – France*

Parmi les œuvres numériques, il faut distinguer entre d'un côté les œuvres encore portées par des supports physiques (CD, DVD, etc.), qui peuvent être achetées en ligne mais qui doivent encore faire l'objet d'une livraison physique, et de l'autre les œuvres complètement dématérialisées, à l'instar des morceaux musicaux ou des extraits de films téléchargés sur Internet. Si ce dernier outil commence à être réellement efficace pour la musique, le cinéma est encore peu touché par le phénomène, le poids des fichiers images supposant des liaisons à haut débit qui sont encore très peu répandues.

### I. L'édition

Mais le premier secteur culturel concerné par le commerce électronique est sans nul doute l'édition, à travers des sites phares de la nouvelle économie comme Amazon. Il importe

cependant de préciser qu'une part importante des ventes de livres réalisées sur Internet provient des fonds de catalogue. Ce média ne concurrence donc pas encore directement les ventes de livres récents par les canaux traditionnels. Il faut ajouter que si 400 millions de livres sont vendus chaque année en France, 100 millions d'ouvrages sont empruntés dans les bibliothèques. Or il apparaît clairement que le paiement à l'acte, réclamé par certains éditeurs et auteurs, n'est pas un modèle viable du point de vue des utilisateurs des bibliothèques, qui plébiscitent le paiement par abonnement.

Certains secteurs de l'édition sont déjà fortement impactés par la dématérialisation : l'édition professionnelle, mais aussi l'édition de référence (les encyclopédies) et les ouvrages scientifiques et techniques. La littérature générale sera-t-elle touchée à son tour ? L'éditeur Jean-Manuel Bourgois, tout en étant dubitatif, va suivre avec un grand intérêt l'accueil qui sera réservé aux Etats-Unis au premier e-book grand public, qui sera lancé à la fin de l'année par RCA, filiale de Thomson.

## II. La musique

Dans la musique, la dématérialisation est également une réalité incontournable. Les sites comme France MP3, où l'on peut télécharger des morceaux de musique gratuitement mais aussi contre paiement de 6,50 à 9,90 francs (sans aucun succès pour le service payant...), font florès. Les majors elles-mêmes pratiquent non pas le téléchargement, qui n'offre pas encore de protection efficace à 100 % contre le piratage, mais le *streaming*, qui permet à l'internaute d'écouter des extraits de musique ou de films sans pour autant pouvoir les capturer sur son disque dur.

Dans l'avenir, qu'en sera-t-il ? Certains croient au développement du téléchargement payant. D'autres estiment que le téléchargement est un modèle dépassé : avec les réseaux haut débit, on pourra vendre des abonnements de *streaming* : l'internaute disposera d'un accès illimité aux morceaux de musique de son choix. Ce modèle économique de l'abonnement semble le seul acceptable par le public. Le problème est que le prix que l'internaute est prêt à payer est, pour l'instant, très inférieur aux recettes que l'industrie musicale est habituée à recevoir.

Quant au problème du piratage, il ne doit pas être surestimé. Après tout, un très grand nombre de copies privées des œuvres musicales sont déjà réalisées chaque jour par les musicassettes et les graveurs de CD, avec une très bonne qualité sonore pour ces derniers.

## III. Les œuvres audiovisuelles

Pour l'instant, la circulation des œuvres audiovisuelles sur l'Internet est limitée par le faible débit des réseaux actuels. Mais l'arrivée du haut débit va bouleverser la donne. D'ores et déjà, des acteurs réfléchissent à la mise en place de services de vidéo à la demande. Au lieu d'aller chercher une cassette vidéo au loueur de quartier, il suffira de quelques clics pour télécharger un film en quelques minutes, de manière complètement

dématérialisée. Selon les premières estimations, ce marché serait deux à trois fois plus important que l'actuel marché de la location vidéo. Et compte tenu de la baisse des coûts de distribution, la part remontant aux ayants droit sur ce chiffre d'affaires pourrait passer de 30 % actuellement à 45 ou 50 % dans le futur : la manne pour les ayants droit serait donc près de 10 fois plus importante.

---

### Rapport de l'atelier 3 :

#### **Financement des contenus initiatives privées, aides publiques, incitations fiscales**

*Elisabeth FLURY-HERARD*

*Directrice générale de l'Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles (IFCIC), membre du Conseil de la concurrence – France*

A l'évidence, l'atelier 3 n'a pas permis de trouver la juste répartition entre financement public et financement privé. Plusieurs modèles s'affrontent. En Allemagne ou aux Pays-Bas, par exemple, l'industrie cinématographique est largement soutenue par des financements publics directs, mais aussi par des incitations fiscales et les investissements des chaînes de télévision publiques. Cela dit, les investisseurs privés ne sont pas en reste, comme l'a montré l'exemple de Part'com, qui a investi ces dernières années 3 milliards de francs en fonds propres dans des projets médias ou télécoms. Tout en pointant les faiblesses du financement de projet (à distinguer du financement d'entreprise), son président a invité l'État à trouver de nouveaux modes d'intervention, par exemple en faisant émerger, à travers les réseaux de bibliothèques et de médiathèques, des débouchés solvables pour les nouvelles formes d'expression issues de la révolution numérique.

La Commission européenne a fortement insisté sur l'intérêt qu'elle porte au maintien de la diversité culturelle, en offrant des outils et des programmes visant à faire le lien entre le monde créatif et l'industrie. Cela dit, les moyens manquent encore. Peut-être les trouvera-t-on plus facilement après l'intervention de la Banque européenne d'investissement, jusqu'ici peu impliquée dans la production de contenus, que ce soit sous forme de prêts directs, de financements en capital-risque ou de prêts à la production et à la distribution.

Cela n'a pas suffi à calmer les inquiétudes des producteurs et des distributeurs, qui ont souligné le manque de circulation des œuvres entre les différents pays d'Europe, du fait de la marginalisation des acteurs indépendants.

La DG de la Concurrence a précisé son interprétation de l'article 87 du Traité. Elle est notamment attachée à éviter la confusion entre aide publique à la culture et aide à l'industrie.

A titre personnel, la révolution numérique a clairement fait exploser le cadre ancien des aides publiques à la culture. La notion de culture a elle-même évolué, devenant un

ciment, une expression des particularismes. Reste à trouver la solution pour que l'aide publique, dont la part est nécessairement appelée à diminuer, puisse s'articuler avec de nouvelles formes d'intervention privée.

---

## Clôture du colloque

*Jean-Pierre HOSS*

Toutes les industries culturelles sont concernées par la révolution numérique, et ce à tous les stades de la création, de la production et de la diffusion des contenus. De surcroît, les cadres nationaux, voire européens, ne suffisent plus à traiter de l'ensemble des questions qui se posent. Enfin, le développement des réseaux large bande va accélérer cette mutation.

### I. La révolution numérique : menace ou opportunité ?

#### **1. Une chance**

La révolution numérique constitue à la fois une chance et un risque pour les industries culturelles. C'est une chance évidente pour la création. C'est aussi une chance pour la distribution, qui pourra atteindre à moindre coût des publics plus larges et plus lointains, mais aussi à des groupes plus ciblés et plus clairement identifiés. Pour les auteurs, le numérique est aussi une chance supplémentaire de se faire entendre. C'est enfin une chance pour la démocratie : plus le monde s'internationalise, plus le besoin d'une production locale de qualité est fort. De surcroît, le numérique permet de développer l'interactivité. Pour toutes ces raisons, la révolution numérique est une chance pour promouvoir la diversité culturelle.

#### **2. Un risque**

Mais c'est aussi un risque. D'abord, la concentration peut se faire au détriment du pluralisme de la création, de la production et de la distribution. Le numérique fait aussi plâner un risque sur la rémunération des auteurs et des ayants droit, exposés sans protection efficace au piratage et à la contrefaçon. C'est encore un risque pour la diversité culturelle européenne, dans la mesure où ce sont les œuvres américaines qui circulent le mieux en Europe. Il y aurait donc un risque de voir émerger une culture à deux vitesses : d'un côté, des cultures nationales ou locales réduites à l'état de folklore ; de l'autre, la culture américaine faisant office de culture mondiale. Le risque pesant sur la protection des mineurs et des consommateurs ne doit pas être négligé. Enfin, le risque économique est considérable : les modèles économiques viables restent à trouver.

### II. Esquisses de solutions

Comment faire pour que les chances l'emportent sur les risques, que la révolution numérique serve la diversité culturelle européenne ? Deux types de réponses ont été



esquissés :

**\_ au plan juridique**

La régulation doit permettre d'éviter les situations dominantes. Des textes doivent protéger les droits des auteurs et des ayants droit. Selon la nature des problèmes, des solutions doivent être apportées au niveau adéquat : local, national, continental, mondial. Les efforts entrepris au niveau européen doivent être accentués. La directive « télévision sans frontières », et singulièrement la définition de l'œuvre « européenne », apparaît un peu trop laxiste. La directive sur le droit d'auteur et la politique anti-concentration sont autant de pistes intéressantes. Mais l'application des règles de la concurrence ne doit pas mettre en péril les mécanismes nationaux de soutien, qui assurent la diversité des productions culturelles en Europe.

**\_ au plan des financements**

Le gouvernement allemand propose que tous les Etats européens imposent une redevance parafiscale sur tous les nouveaux supports numériques, destinée à financer la production de contenus. La suppression de la TVA sur les œuvres musicales, l'harmonisation des taxations ou la mise en place de systèmes de soutien par des dégrèvements fiscaux ont été évoquées. Donner aux services publics les moyens de financement suffisants apparaît également comme une nécessité. Le soutien de marques reconnues, de brands, apparaît aussi incontournable dans le monde d'Internet. Au-delà des questions encore en suspens, Média+, mais aussi Culture 2000 ou la mise en place de financements par capital-risque sont autant de motifs d'espoir.

Tout au long des débats de ce colloque, on a ressenti un mélange de solidarité, d'éducation et de volontarisme. Solidarité, à l'instar des efforts déployés par les sociétés de droits d'auteur pour trouver des solutions collectives. Education, parce que si les œuvres nationales circulent aussi mal en Europe, c'est surtout parce que les publics nationaux ne connaissent pas les autres pays. Enfin, si le numérique suscite globalement plus d'espoirs que d'appréhensions, il ne faut pas se dissimuler l'ampleur des solutions qui restent à trouver. Et de ce point de vue, le volontarisme dont vous avez fait preuve tout au long de ces deux jours est un signe très encourageant.

**Synthèse réalisée en temps réel par la société Hors Ligne – 01 44 14 15 00**

---