

LETTONIE

**Paysage audiovisuel et politiques publiques des pays candidats
dans le secteur audiovisuel**

**IMCA pour la Commission européenne – DG EAC
Etude DG EAC / 59 / 02**

Mars 2004

Avertissement de la Commission européenne - Direction Générale Education et Culture

Ni la Commission des Communautés Européennes, ni quiconque agissant sous la responsabilité de celle-ci ne peut être tenu responsable de l'utilisation qui pourrait être faite du présent rapport.

Les points de vue exprimés dans ce rapport sont ceux des auteurs. Ce rapport ne reflète pas nécessairement la position de la Commission et la Commission ne peut être tenue pour responsable de l'exactitude des informations présentées.

Reproduction autorisée avec mention obligatoire de la source.

Sommaire

1. INTRODUCTION : DONNEES DE CADRAGE	5
1.1. Chiffres-clefs	5
1.2. Histoire récente	6
1.2.1. Contexte historique	6
1.2.2. Contexte institutionnel et politique	7
1.2.3. La Lettonie et l'Union européenne	8
1.3. Grandes étapes de la constitution du paysage audiovisuel	9
2. PRESENTATION DU PAYSAGE AUDIOVISUEL	10
2.1. Les données de cadrage	10
2.1.1. L'équipement des foyers	10
2.1.2. Les ressources du secteur	11
2.2. Les principaux acteurs de l'audiovisuel	14
2.3. Les diffuseurs de contenus	15
2.3.1. La télévision	15
2.3.2. La radio	20
2.3.3. Le cinéma	23
2.3.4. Les nouveaux médias	26
2.4. La production de contenus	27
2.4.1. La production cinématographique	27
2.4.2. La production télévisuelle	28
2.5. Les organisations professionnelles de l'audiovisuel	29
3. POLITIQUES PUBLIQUES : ORGANISATION INSTITUTIONNELLE ET TEXTES DE BASE	32
3.1. Cadre national	32
3.2. Accords internationaux	34
3.2.1. OMC	34
3.2.2. Accords et programmes européens Voir CH VII	34
3.2.3. Accords de coopération culturelle	35
3.2.3.1. Présentation générale	35
3.2.3.2. Institutions en charge de la coopération culturelle extérieure	35
3.2.3.3. Priorités géographiques et sectorielles	36
3.2.3.4. Exemples concrets de coopération culturelle	37
4. CADRE JURIDIQUE DE LA COMMUNICATION AUDIOVISUELLE	39

4.1.	Organisation du marché	39
4.1.1.	Concentration et propriété des médias	39
4.1.2.	Allocation des fréquences et attribution des licences	39
4.2.	Le secteur audiovisuel public	40
4.2.1.	Organisation	40
4.2.2.	Missions	41
4.2.3.	Financement	42
4.3.	Contenu des programmes	43
4.3.1.	Obligations générales	43
4.3.2.	Œuvres audiovisuelles	44
4.3.3.	Protection de l'enfance	46
4.3.4.	Diffusion des événements d'importance majeure	47
4.4.	Publicité, parrainage et téléachat	47
4.5.	Le soutien à la production	48
5.	<i>L'AUTORITE DE REGULATION DE L'AUDIOVISUEL</i>	52
5.1.	Statut	52
5.2.	Compétences	53
5.3.	Moyens	56
5.4.	Bilan	56
6.	<i>GRANDS ENJEUX ET DEBATS ACTUELS</i>	58
6.1.	La réforme du secteur public	58
6.1.1.	Le sous-financement du secteur public	58
6.1.2.	Le projet de modification institutionnelle	59
6.2.	La préservation de la langue nationale	60
7.	<i>SYNTHESE CONCLUSIVE</i>	62
7.1.	Marché	62
7.2.	Politiques publiques	63
7.3.	Conclusion	65
8.	<i>ANNEXES</i>	67
8.1.	Sources	67
8.1.1.	Références bibliographiques	67
8.1.2.	Sites Internet	67
8.1.3.	Entretiens	67
8.2.	Liste des accords de coopération culturelle	68

1. INTRODUCTION : DONNEES DE CADRAGE

1.1. Chiffres-clefs

Données clés

Population (1)	en millions	2,33
Superficie (1')	Km2	64 589
Monnaie (2)		lat
Taux de change (2)		1LVL =1,6697 €

Structure socio-démographique de la population (1)

Total	2 331 500
Nombre de femmes Pour 100 hommes (en 2002)	117,2

0-14 ans	16,6%
15-24 ans	14,8%
25-49 ans	35,1%
50-64 ans	18%
65-79 ans	12,8%
80 ans et +	2,7%

Moins de 25 ans	31,4%
25-64 ans	53,1%

Population active en % de la population entre 15 et 64 ans (1)	max*	min*	max**	min**	
Population active	60,5%	68,5%	47,3%	74,5%	55,4%

Structure de la population active (2)	max*	min*	max**	min**	
Agriculture	4,5%	16,2%	3,3%	7,9%	0,7%
Industrie et construction	25,3%	41,4%	25,1%	35,9%	20,1%
Tertiaire	70,2%	70,2%	50,9%	79,2%	60,3%

Equipement (1')	max*	min*	max**	min**	
Réfrigérateur	86,2%	99,1%	21,6%	99,8%	62,6%
Lave-linge	79,6%	98,7%	15,3%	97,0%	76,1%
Lave-vaisselle	1,2%	35,4%	0,4%	56,8%	22,9%
Automobile	39,5%	97,7%	13,2%	83,0%	61%
Téléviseur	92,0%	99,7%	87,4%	100,0%	96,0%
Téléphone portable	35,0%	80,6%	4,6%	89%	37,6%
Ordinateur personnel	13,0%	48,4%	3,0%	70,8%	24,8%

*min et max au sein des pays candidats

**min et max au sein des 15

Les principaux indicateurs économiques (1)

	2000	2001	2002	
Croissance du PIB	6,8	7,9	6,1	
PIB (3)	milliards de \$ US	7,2	7,6	8,4
PIB/tête d'habitant	EU 15 = base 100 =23 454 €	31,5	33,4	34,8
Taux d'inflation	en % évolution	2,6	2,5	2
Taux de chômage	en%	13,7	12,9	12,6
Balance des paiements (comptes courants)	Millions d'euros	NC	- 823	- 687

Moyenne UE des 15

	2001	2002
	1,7	1
	530	610
	100	100
	2,2	2,1
	7,4	7,7
	- 1762,6	+ 3815,9

Sources :

- (1) Eurostat (1') The european marketing book
(2) Atlaséco 2003 (3) DREE 2003

1.2. *Histoire récente*¹

1.2.1. Contexte historique

Des trois pays Baltes, la Lettonie détient le plus fort taux de russophones sur son territoire², ce qui contribue à expliquer les difficultés avec lesquelles le pays s'est libéré de la tutelle soviétique.

Le tournant de 1985 dans la politique de l'URSS permet à la Lettonie d'affirmer son identité après 45 années d'occupation soviétique. En 1988 est constitué le Front populaire letton qui impose le pluripartisme au Parti communiste. La dénonciation de l'annexion de 1940³ et la déclaration d'indépendance en juin 1990 provoquent l'intervention des unités spéciales russes, qui assiègent le Parlement. L'indépendance est, malgré tout, proclamée le 21 août 1991 et reconnue par l'URSS le 6 septembre, juste avant l'admission du nouvel Etat à l'ONU le 17 septembre 1991.

Aux premières élections libres de juin 1993, le Parti de la Voie lettone (centre droit) s'octroie la majorité au Parlement. Maris Gailis devient Premier ministre. L'économiste Guntis Ulmanis est élu Président de la République pour trois ans.

Les problèmes économiques et sociaux rencontrés par le pays sont au cœur de la campagne des législatives d'octobre 1995. Les électeurs font montre de leur mécontentement en votant pour des partis nationalistes et volontiers populistes, tels que le Saimnek. Une coalition de droite impliquant les deux partis nationalistes, le parti de la Voie lettone, et deux partis paysans, est mise sur pied en décembre 1995. Andris Shkele est le nouveau Premier ministre.

Réélu en 1996 à la présidence de la République, Guntis Ulmanis affirme sa volonté de résoudre le différend au sujet de la minorité russophone qui ternit les relations du pays avec la Russie depuis l'indépendance. La minorité en question a en effet de plus en plus de mal à faire entendre sa voix face aux lois de naturalisation contraignantes votées en 1994 et 1995.

En juin 1999, Vaira Vike-Freiberga est élue Présidente par les parlementaires lettons. Elle rappelle l'ancien Premier ministre Andris Shkele et annonce son

¹ - Sources : *Elargissement de la Communauté européenne, Country Profile, Lettonie* (<http://europa.eu.int/comm/enlargement/latvia/index.htm>), *L'état du monde 2002* (éditions La Découverte), *Encyclopédie Yahoo* (<http://fr.encyclopedia.yahoo.com/articles/>), *Fondation Robert Schuman, Observatoire des élections en Europe* (<http://www.robert-schuman.org/oe/lettonie>), *Conseil de l'Europe*, (http://www.coe.int/T/f/Communication_et_Recherche/Contacts_avec_le_public/A_pr...).

² Les russophones sont aujourd'hui estimés à 36% (source :The Latvian Institute)

³ La république de Lettonie avait été fondée le 18 novembre 1918.

intention de relancer la politique d'intégration du pays à l'Union Européenne et à l'OTAN.

Un nouveau Gouvernement est mis en place le 5 mai 2000, sous la direction d'Andris Berzins (Voie Lettone). Il s'agit encore une fois d'un Gouvernement de coalition qui peut se targuer d'une longévité inégalée depuis l'indépendance du pays. Il faut dire que la situation économique s'est considérablement améliorée depuis quelques années. Dans ce contexte favorable, les décisions, en juin 2001 et mai 2002, de faciliter les naturalisations des russophones et de supprimer les exigences linguistiques imposées aux candidats à des élections, offrent au pays l'occasion tant recherchée de s'imposer comme un candidat crédible à l'adhésion à l'Union Européenne.

Les élections d'octobre 2002, dernières élections en date, ont vu l'émergence de partis récemment constitués. Nouvelle Ere, la toute nouvelle formation d'Einars Repse, pro-européen, a remporté ces élections.

1.2.2. Contexte institutionnel et politique

La Constitution de 1922, largement reprise par la loi constitutionnelle du 21 août 1991, énonce que la Lettonie est une République parlementaire. Le pouvoir législatif appartient à la chambre simple du Parlement (Saeima) composée de 100 députés élus tous les quatre ans au suffrage universel, selon un mode de scrutin proportionnel.

Le Parlement élit le Président de la République pour une période de quatre ans. Le président nomme le Premier ministre.

Il est acquis, depuis le sommet de Prague et la signature par les 19 membres de l'OTAN en novembre 2002 d'un protocole d'accession à ratifier, que la Lettonie intégrera l'organisation en mars 2004. La Lettonie est par ailleurs membre du Conseil de l'Europe depuis 1995.

1.2.3. La Lettonie et l'Union européenne

Demande d'adhésion	13 octobre 1995
Signature de l'accord d'association	12 juin 1995
Ouverture des négociations	15 février 2000
Référendum	20 septembre 2003
Adhésion	1^{er} mai 2004

Le référendum prévu le 20 septembre est venu clore la série des 9 référendums sur l'adhésion organisés dans les pays accédant en 2004, à l'exception de Chypre. Les résultats en ont été largement positifs, au-delà de ce que les sondages pouvaient laisser penser, avec une participation de 72,5% et une approbation à 67%.

1.3. Grandes étapes de la constitution du paysage audiovisuel

- Mai 1990 : dissolution de l'autorité de censure
- 1990 : naissance de RIT Radio, la première station privée financée par la publicité
- Décembre 1990 : loi sur la presse.
- 1991 : création du Centre national de la cinématographie.
- 1991 : naissance du câblo-opérateur Baltkom.
- Mai 1992 : première loi sur l'audiovisuel
- 11 mai 1993 : loi sur le droit d'auteur et les droits voisins
- 1994 : naissance de la chaîne commerciale Picca TV
- 1995 : création de la Télévision nationale lettone (LTV1 et LTV2), indépendante
- 24 août 1995 : loi sur les médias et création du Conseil national de la radio et de la télévision
- 1996 : transfert d'ORT (chaîne russe) d'une diffusion hertzienne à une diffusion câblo-satellitaire)
- 1996 : création de la chaîne privée LNT (par fusion de 2 services privés : Picca Tv et NTV-5)
- 1996 : création de TV Riga
- 1998 : privatisation des studios Riga Film
- 1998 : lancement de TV3
- 1999 : vague de licenciements à la LTV
- Décembre 1999 : loi sur la publicité
- 2000 : LNT fonde la Baltic media holding avec Polsat (la holding détient notamment 51% de la chaîne lituanienne Baljitos TV)
- 5 juin 2003 : décision de la Cour Constitutionnelle annulant la disposition législative imposant une part maximale de diffusion en langue étrangère de 25%

2. PRESENTATION DU PAYSAGE AUDIOVISUEL

L'économie audiovisuelle lettone est la plus faible des trois pays baltes, et également la plus faible de l'ensemble des pays candidats à l'entrée dans l'Union européenne, si l'on excepte Malte. Son chiffre d'affaires global est de 45 millions d'euros, un montant quasiment équivalent à celui de l'Estonie, bien que la population de cette dernière soit deux fois moindre.

En dépit d'un niveau d'équipement élevé en biens audiovisuels et d'une forte pénétration de la télévision par câble et par satellite, les ventes de biens et de services ne constituent qu'une partie très réduite des ressources de l'audiovisuel letton. **Les investissements publicitaires sont en effet le moteur de ce secteur (64,9% du chiffre d'affaires total), suivis par les ressources publiques (24,4%).**

Si la télévision concentre la majeure partie des ressources de l'audiovisuel, le modèle letton se distingue par le poids de la radio, très supérieur à celui observé dans tous les autres pays candidats. Cette particularité découle de la prépondérance du groupe public, extrêmement puissant en radio comme en télévision. La télévision publique est d'ailleurs leader en terme de part de marché publicitaire et son financement n'est qu'à moitié public. Deux groupes privés étrangers (polonais et suédois) lui font concurrence, laissant ainsi peu de place à d'autres acteurs.

La Lettonie a, d'une manière générale, fait le **choix d'une large ouverture aux capitaux internationaux** pour favoriser son développement économique. Dans le secteur audiovisuel, cette politique s'accompagne de règles sur l'emploi du letton, enjeu essentiel pour la préservation de la culture nationale.

2.1. *Les données de cadrage*

2.1.1. L'équipement des foyers

Tandis que le niveau d'équipement audiovisuel des foyers lettons est comparable à celui des pays occidentaux, l'équipement en technologies récentes reste beaucoup plus limité.

Sur les 830 000 foyers, 97% possèdent au moins un téléviseur et 92% au moins un poste de radio. La pénétration de la télévision payante est forte elle aussi, avec 49% des foyers souscrivant à un tel service. Par ailleurs, 40% des foyers sont équipés d'un magnétoscope.

En revanche, la pénétration des nouvelles technologies reste faible. La micro-informatique n'est présente que dans 18% des foyers, dont la moitié seulement accède à Internet, soit 9% des foyers lettons. Les statistiques sur l'équipement en DVD ne sont pas disponibles en raison du nombre négligeable de foyers possédant cette technologie.

Equipement des foyers en biens et services audiovisuels en 2002

	Total	In %
Nombre de foyers	830 000	100,0%
Foyers avec télévision	805 100	97%
Foyers avec radio	763 600	92%
Foyers avec magnétoscope	332 000	40%
Foyers avec lecteur DVD	n.a.	n.a.
Foyer avec ordinateur	149 000	17,9%
Foyers avec accès Internet	49 800	9%
Foyers avec console de jeux	n.a.	n.a.
Foyers abonnés à une télévision payante	406 700	49%

Source: Carat - Taylor Nelson / BMF Gallup Media Latvia

2.1.2. Les ressources du secteur

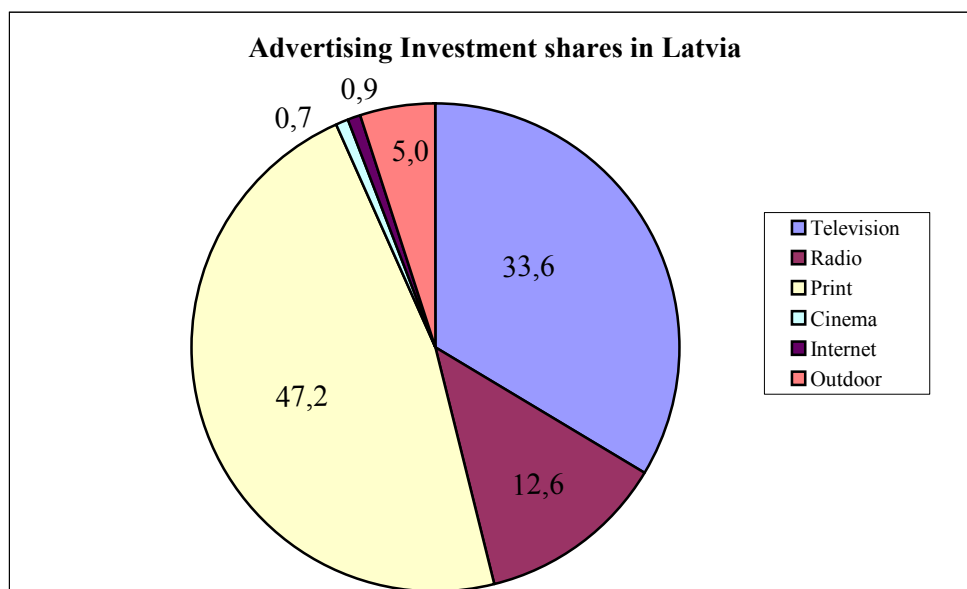
Les investissements publicitaires constituent la première ressource du secteur, très loin devant les ressources publiques et les recettes générées par la vente de biens et de services, aujourd'hui négligeables sur le marché letton. Tous médias confondus, le marché publicitaire letton s'élève à près de 61 millions d'euros nets en 2002.

Comme dans les autres pays baltes et les pays nordiques en général, **la presse écrite bénéficie d'une position forte avec près de la moitié** des investissements publicitaires, soit 28,7 millions d'euros. La télévision est le second média le plus investi avec un tiers de part de marché publicitaire (20,5 millions d'euros). La radio rassemble quant à elle 12,6% des investissements plurimédias, ce qui constitue un niveau élevé par rapport à ce que l'on peut observer en général, et en particulier dans les autres pays candidats à l'entrée dans l'Union européenne. Les investissements publicitaires dans les autres médias sont beaucoup moins importants, particulièrement ceux dans le cinéma et l'Internet (moins de 1% pour chacun).

Répartition des investissements publicitaires nets en 2002

	INVESTISSEMENTS 2002 (en milliers d'Euro)	INVESTISSEMENTS 2002 (en %)
Total des investissements publicitaires	60 972	100.0
Total des investissements publicitaires en télévision	20 487	33.6
Total des investissements publicitaires en radio	7 682	12.6
Total des investissements publicitaires en presse	28 779	47.2
Total des investissements publicitaires en cinéma	427	0.7
Total des investissements publicitaires sur Internet	549	0.9
Total des investissements publicitaires en affichage	3 049	5

Source: Carat - Taylor Nelson / BMF Gallup Media Latvia



Source: Carat - Taylor Nelson / BMF Gallup Media Latvia

Le marché audiovisuel letton est dominé par la télévision qui génère près des deux tiers des recettes du secteur. Il se caractérise également par le poids particulièrement important de la radio et par la relative faiblesse des ressources générées par Internet.

La télévision réalise l'essentiel de ses recettes grâce à la publicité (75,4% de son chiffre d'affaires total, soit près de 20,5 millions d'euros nets). Son budget est complété par les ressources publiques à hauteur de 6,7 millions d'euros. Ainsi, en 2002, **l'ensemble du media TV représente un marché de plus de 27 millions d'euros.**

Le marché radio pèse pour sa part 12,7 millions d'euros. Il est lui aussi financé essentiellement par la publicité (60,6% de la totalité de ses revenus).

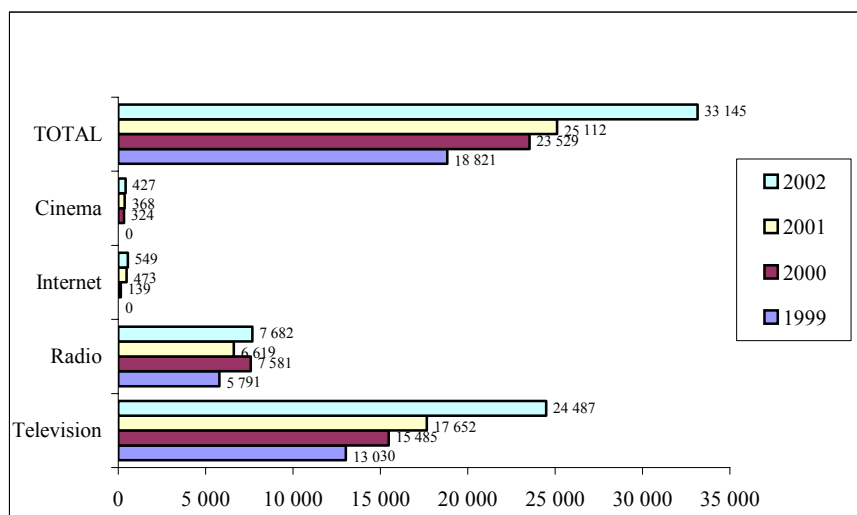
Mais les ressources publiques pèsent proportionnellement plus dans le chiffre d'affaires de la radio que dans celui de la télévision : elles s'élèvent ainsi à 4,3 millions d'euros, ce qui représente près de 34% du total des recettes du média.

Le cinéma, qui pèse pour près de 10% dans les ressources du secteur audiovisuel letton, est financé à 90% par les entrées en salles. Les ressources publicitaires ont du mal à se développer sur ce média qui est le moins attirant pour les annonceurs, derrière Internet. Au total, le cinéma représente une activité de 4,3 millions d'euros en 2002.

Le marché publicitaire letton est handicapé par une pratique illégale assez répandue : la publicité clandestine. Par ailleurs, en ce qui concerne plus spécifiquement la télévision, les limitations telles que la durée et l'emplacement des écrans publicitaires ne sont respectées ni dans le public ni dans le privé.

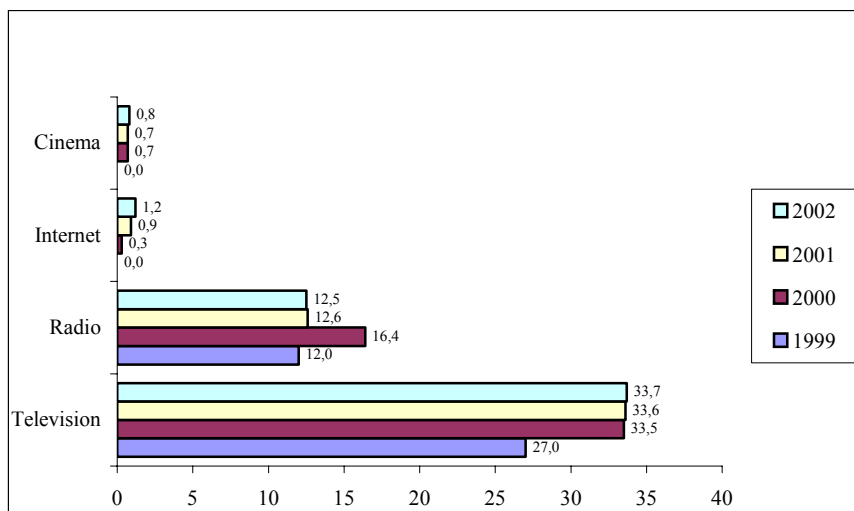
Cette situation résulte des lacunes en matière de contrôle et de pouvoir de sanction de l'Autorité de régulation de l'audiovisuel (le Conseil National de la Radio et de la Télévision), ce qui devrait changer, car contrôle et pouvoir de sanction vont être très prochainement renforcés (voir 5.4.), et sans doute aussi d'une absence de volonté politique d'y remédier compte tenu des difficultés économiques du secteur et de l'insuffisance de ressources de la télévision publique.

Répartition des revenus publicitaires par média audiovisuel 1999-2002 en Lettonie en k€



Source: Carat - Taylor Nelson / BMF Gallup Media Latvia

Répartition des revenus publicitaires par média audiovisuel 1999-2002 (en %)



Source: Carat - Taylor Nelson / BMF Gallup Media Latvia

2.2. Les principaux acteurs de l'audiovisuel

Le seul groupe audiovisuel local puissant en Lettonie est le groupe public présent en télévision à travers **deux chaînes** (LATVIJAS TELEVIZIJAS) et en radio à travers **cinq stations** (LATVIJAS RADIO). Son budget global de 20,4 millions d'euros se répartit de manière équilibrée entre les ressources publiques (à hauteur de 53,8%) et les ressources publicitaires. Le groupe emploie plus de 900 personnes et a réussi à maintenir une position forte sur le marché en dépit de l'intensification de la concurrence ces dernières années, notamment en radio.

Deux principaux opérateurs étrangers émergent du paysage letton. Le **groupe polonais POLSAT** est le plus important : il possède la **plus grande chaîne de télévision** privée LNT, qui à elle seule emploie 200 personnes et génère 7,2 millions d'euros de revenus. LNT est également co-actionnaire de la plus importante **station de radio** privée, SWH.

POLSAT exploite aussi une télévision en Lituanie. C'était également le cas en Estonie jusqu'en 2001, mais des difficultés économiques l'ont contraint à s'en retirer. **L'enjeu pour le groupe est de se constituer « en réseau » au niveau régional**, notamment pour les approvisionnements en programmes, ce qui est encore très peu le cas.

Par ailleurs, le **groupe MTG**, filiale du suédois KINEVIK, contrôle la deuxième **chaîne de télévision** TV3 et la **station de radio** STAR FM. MTG est un employeur moins important, car ses deux supports sont des déclinaisons locales

de marques pan-régionales, ce qui lui permet de faire tourner ses activités lettones avec 40 employés uniquement. Egalement présent dans les trois pays baltes (pour différents types d'exploitations), **MTG a, en effet, une stratégie plus affirmée d'extension régionale s'appuyant sur son activité scandinave d'origine.**

Cette large ouverture aux capitaux étrangers est considérée par les pouvoirs publics comme le seul moyen de développer le secteur, compte tenu de la taille restreinte du marché.

2.3. Les diffuseurs de contenus

2.3.1. La télévision

Le marché de la télévision en Lettonie se caractérise par une concurrence assez vive. Il se compose principalement du groupe public, constitué de deux chaînes, et de trois chaînes privées.

Au total, le secteur commercial compte 2 chaînes nationales, 7 régionales, 17 locales et 37 services de télévision par câble.

Les chiffres-clés des chaînes lettones⁴

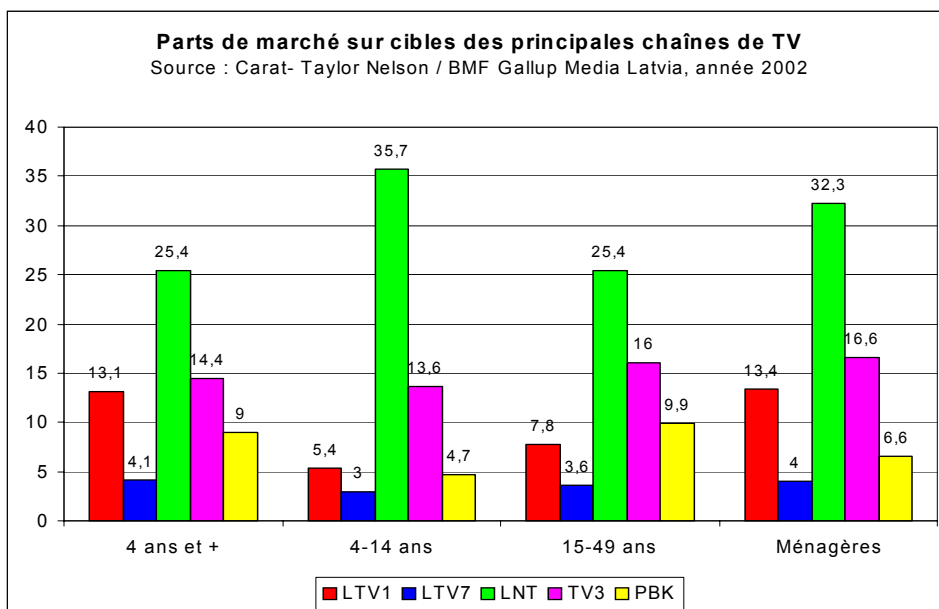
	LTV1	LTV7	LNT	TV3	PBK
Couverture technique en %	96	96	96	91	53
TxM% sur 4+	1,8	0,6	3,5	2	1,2
PdA% sur 4+	13,1	4,1	25,4	14,4	9
DEI% sur 4+ en min	26,3'	8,2'	50'	28,6'	17,7
PdM publicitaire en %	36,2		34,1	25,7	4

Source: Carat - Taylor Nelson / BMF Gallup Media Latvia

La télévision en Lettonie a été privatisée au début des années 90 avec l'arrêt de la diffusion des chaînes russes, laissant la place à de nouvelles chaînes nationales et régionales privées. Aujourd'hui, cinq chaînes à vocation nationale sont présentes sur le marché letton : deux chaînes publiques, LTV 1 et LTV 7, et trois chaînes privées, LNT, TV3 et PBK. **La pénétration des chaînes nationales est quasiment complète**, située entre 91% et 96% du territoire à l'exception de PBK.

⁴ Légende : TxM : taux de pénétration
PdA : part d'audience
PdM publicitaire : part de marché publicitaire
DEI : durée d'écoute par individus

Liée également à une forte pénétration du câble et à la disponibilité de nombreuses chaînes de télévision en provenance de pays limitrophes, **la consommation télévisuelle est très élevée**, à 270 minutes en moyenne par jour⁵.



La chaîne leader du marché letton est de loin la chaîne privée LNT (LATVIJAS NEATKARIGA TELEVIZIJA), du groupe polonais POLSAT. Avec une part d'audience moyenne de 25,4%, sa durée d'écoute quotidienne est de 50 minutes, soit **quasiment le double de ses deux principales concurrentes LTV 1 et TV3.** Cette chaîne généraliste réalise ses meilleurs scores d'audience auprès des ménagères avec 32,3% de part d'audience et des enfants, avec 35,7% de part d'audience. Il s'agit d'une télévision familiale dont les programmes les plus populaires sont les films et séries de fiction, la musique, le sport, les divertissements et les programmes d'information. Hormis quelques films unitaires de production locale, le succès de la chaîne s'est bâti sur les séries de fiction étrangères, américaines bien sûr, mais également russes, ainsi que sur une programmation importante de telenovelas mexicaines. LNT est financée presque exclusivement par la publicité, avec un chiffre d'affaires de 7,2 millions d'euros en 2002. **Elle concentre d'ailleurs une large part des investissements publicitaires du média TV, avec 34,1% de part de marché.**

TV3, seconde chaîne du paysage letton, est affiliée à la chaîne pan-régionale du groupe suédois MTG (MODERN TIMES GROUP). Au cours de ces deux dernières années, cette chaîne est parvenue à **accroître très sensiblement sa**

⁵ Contre 186 minutes en moyenne pour l'Union Européenne des 15.

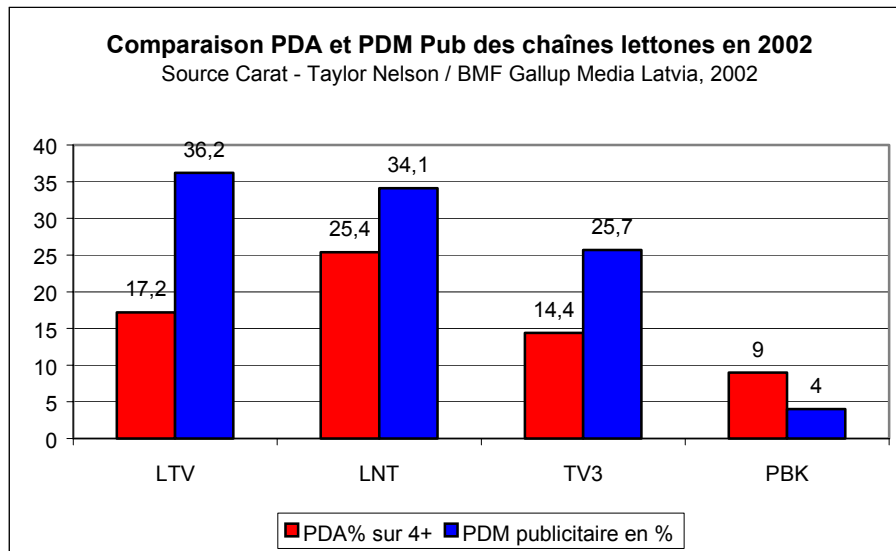
couverture du territoire grâce à sa diffusion par satellite, passant de 65% en 2000 à 91% en 2002, ainsi que son audience. Ses performances sont bien en-deçà de celles de sa rivale privée LNT avec 14,4% de part d'audience sur l'ensemble de la population. **Mais un profil plus jeune (16% de part d'audience sur la cible jeunes adultes) et féminin (16,6% sur les ménagères) lui permettent de mieux tirer son épingle du jeu publicitaire**, en captant 25,7% des investissements publicitaires. TV3 réalise ainsi un chiffre d'affaires de 5,3 millions d'euros avec seulement 30 employés. Sa grille est composée essentiellement de programmes de divertissement, de films, de séries, d'émissions sportives et de jeux. Le cinéma américain et la fiction TV en provenance d'Allemagne, de Russie ou d'Amérique Latine, ainsi que quelques formats internationaux dont ceux de Strix (filiale du groupe MTG), sont à l'origine de ses meilleures audiences.

LATVIJAS TELEVIZIJA, le groupe de télévision publique, comprend deux chaînes, LTV1 et LTV7. Il est de loin l'acteur le plus important du paysage télévisuel en terme de taille (près de 600 personnes, soit trois fois plus que sa concurrente LNT) **et d'investissements publicitaires (36,2%)**, ce bien que le volume de publicité et de téléachat y soit limité en droit à 10% par heure de diffusion. Dans ce domaine, il dépasse ainsi de très peu la chaîne privée leader (34,1% de part de marché publicitaire pour LNT) et s'avère très largement sur-investi par rapport à ses résultats d'audience. **Les chaînes du groupe public ne sont en effet pas leaders en terme d'audience** : elles occupent certes une position significative sur le marché avec 17,2% de part d'audience au total, mais la chaîne la plus puissante LTV1 (13,1% de part d'audience) réalise des scores inférieurs à ceux de ses deux concurrentes privées LNT et TV3. Celles-ci critiquent d'ailleurs le financement de l'audiovisuel public en ce qu'il accapare une partie très importante (et illégitime aux regards des audiences) des ressources publicitaires pourtant déjà restreintes en Lettonie. Cet écart semble lié à l'efficacité résultant de la possession de deux chaînes et à une politique active de dumping des prix des espaces publicitaires publics.

De leur côté, les téléspectateurs lettons paraissent peu enclins à payer une redevance qui permettrait de rééquilibrer le marché, d'une part parce que le revenu moyen letton est faible, d'autre part parce que, à leurs yeux, la qualité des programmes télévisés publics ne le justifie pas. Et pourtant, la télévision publique moteur de l'économie audiovisuelle lettone, reste trop peu financée pour remplir ses missions.

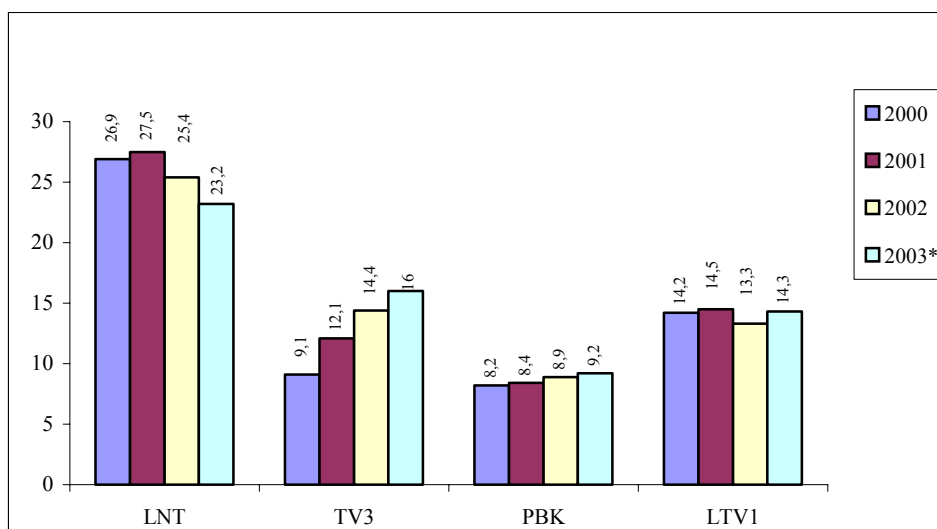
En 2002, le groupe réalise un chiffre d'affaires de 14,1 millions d'euros, financé à hauteur de 47,3% par l'Etat. LTV 1, la première chaîne du groupe, diffuse des programmes d'information et d'analyse, des programmes musicaux et culturels, des spectacles vivants, des jeux, des séries, ainsi que des divertissements. La

langue de diffusion est le letton. Son public est largement vieillissant. LTV 7 est orientée vers les minorités sociales, nationales, religieuses. Sa grille est composée de retransmissions en direct d'événements sportifs, de programmes jeunesse, ainsi que de documentaires et de magazines. 20% des programmes sont diffusés en russe. La part d'audience de la deuxième chaîne publique est nettement moins importante, avec 4,1% en moyenne sur l'ensemble de la population.



Par ailleurs, une troisième chaîne privée majoritairement russophone émerge du paysage. **PBK** (PIRMAIS BALTIJAS KANAALS), **issue de la chaîne russe ORT**. Elle ne couvre que 53% du territoire et réalise malgré tout 9% de part d'audience sur l'ensemble de la population, ce qui témoigne d'une puissance très importante dans les foyers susceptibles de la recevoir. Cette chaîne reflète le poids de la population russophone en Lettonie.

Evolution de la part d'audience 4+ en Lettonie (en %)



Source: Carat - Taylor Nelson / BMF Gallup Media Latvia

On compte actuellement plusieurs opérateurs de câble de taille significative en Lettonie, dont les deux plus importants sont **BALTCOM TV** et **TELIA MULTICOM**. BALTCOM TV est le principal câblo-opérateur avec une couverture de 47% de la capitale Riga et une présence significative dans d'autres villes et régions lettones. Au début 2002, BALTCOM TV proposait plus de 40 chaînes payantes et le nombre d'abonnés dépassait 100 000 foyers. **Au-delà de ces sociétés, le réseau est très fragmenté avec une trentaine d'opérateurs au total.** Des investissements dans le déploiement du réseau et le développement du numérique sont prévus, mais restent pour l'instant au stade de projet.

Les câblo-opérateurs proposent les principaux services européens et internationaux (Eurosport, MTV,...) et aussi **des chaînes russes, ce qui serait la principale raison du fort développement du câble.** En effet, en août 1996 la chaîne russe ORT, qui avait encore la part de marché la plus importante (aux alentours de 40%) avant la création de la chaîne privée LNT, a dû cesser sa diffusion hertzienne et a été transférée sur le câble et le satellite

Les prix d'abonnements sont encore très faibles. Dans les années à venir, le marché du câble devrait se renforcer avec un relèvement des prix et la concentration des opérateurs.

Structures des chaînes TV en 2002

	LTV1/LTV7	LNT	TV3
Nombre d'employés	581	200	30
Chiffre d'affaires (en M. Euros, 2002)	14,09	7,17	5,33
<i>dont revenus publicitaires</i> (en M. Euros, 2002)	7,42	7,00	5,27
<i>dont revenus de l'état</i> (en M. Euros, 2002)	6,67	-	-
<i>dont actionnariat</i> (en M. Euros, 2002)	-	-	-
<i>Autres revenus</i> (en M. Euros, 2002)	-	0,17	0,05
statut	Public	Privé	Privé
Actionnaires principaux	It is State Profitless Organization	Polsat Media B.V., Polsat Baltic [Polsat Media]	MTG Modern Times Group (Sweden)

Source: Carat – Corporate sources – Lursoft

Positionnement des chaînes TV en 2002

	LTV1/LTV7	LNT	TV3
Public visé	All	All	15-49
Ligne éditoriale	General interest including theater plays	General interest	Films and fiction series, sports, entertainment.

Source: Carat – Corporate sources - Lursoft

2.3.2. La radio

Le marché de la radio en Lettonie est dominé par le pôle public qui contrôle les deux stations leaders en terme d'audience. Mais le poids de ce groupe reste réduit sur le marché publicitaire, dont près de 40% des investissements se concentrent sur la chaîne privée SWH, pourtant assez faible en terme d'audience (moins de 10% de part d'audience).

Le marché est diversifié ; il existe par exemple 16 stations FM sur la zone de Riga. Au total, le secteur commercial compte 3 programmes nationaux, 18 régionaux et 11 locaux.

En radio comme en télévision, l'influence des relations entre la Lettonie et la Russie est présente. En effet, de nombreuses radios privées lettones diffusent des programmes russes obtenus gratuitement ou presque, perturbant ainsi le libre jeu du marché. Cependant, le Conseil National de la Radio et de la Télévision a adopté début 2003 un plan dit de « national concept » dont l'un des axes est le soutien des stations de radios locales ainsi défavorisées.

Les chiffres –clés des radios lettones⁶

	LR1	LR2	SWH	Skonto	STAR FM
Couverture technique en %	75	75	65	47	57
TxM% sur 15+	1,7	2,8	1,1	0,5	0,6
PdA% sur 15+	14,6	24,6	9,3	4	4,7
DEI% sur 15+	1,7	2,8	1,1	0,5	0,6
PdM publicitaire en %	21,3		37,1	12,9	7,2

Source: Carat – BMF Gallup Media, Latvia

La couverture technique des stations de radio nationales est encore imparfaite, puisque même les deux radios publiques ne couvrent que 75% du territoire. La couverture des trois stations privées les plus importantes est encore plus faible, comprise entre 47 et 65%.

Le marché est largement dominé par les deux principales stations de la radio publique, qui cumulent près de 40% de part d'audience. Contrairement à la télévision, la radio publique lettone, qui a joué un rôle politique important au moment de l'indépendance du pays, jouit d'un grand prestige dans la population, avec une image de forte indépendance vis-à-vis du monde politique.

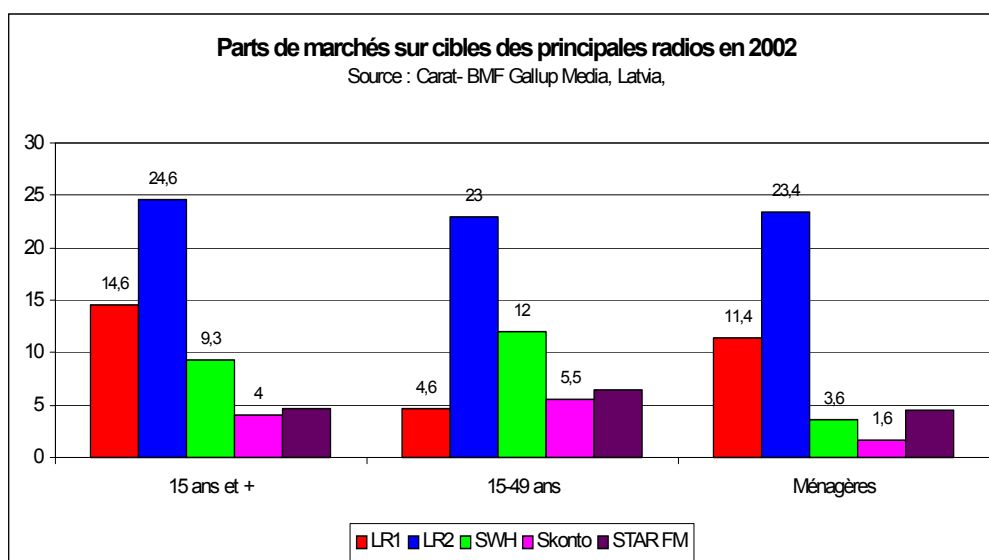
En tête, la LR2 réunit le quart des auditeurs, suivie de la LR1 avec 14,6% de part d'audience. **LATVIJAS RADIO** diffuse au total cinq programmes aux profils variés. LR1 est la station la plus **généraliste**, avec une grille qui s'articule autour de programmes d'information et d'analyse politique, de programmes pour enfants et de musique. Elle est particulièrement faible sur les jeunes adultes (4,6% de part d'audience) qui préfèrent largement LR2, station dont la programmation est essentiellement consacrée aux **variétés lettones**. La troisième chaîne est un programme de **musique classique**. Le quatrième programme est destiné aux **minorités avec 15 langues de diffusion**. Le cinquième a été créé en décembre 2002 et est partagé entre la **retransmission des sessions du Parlement et une radio étudiante et de musique alternative** financée par l'Université. Au total, **LATVIJAS RADIO** recueille ainsi 44% de l'audience.

LATVIJAS RADIO dispose d'un budget de 6,3 millions en 2002, dont 67% proviennent de l'Etat et emploie 330 personnes (y compris une chorale). **Le pôle public est le second acteur du marché publicitaire radio en Lettonie, avec 21,3% de part de marché, un niveau très nettement en-deçà de sa part d'audience**. Ces performances publicitaires permettent à la radio de moins

⁶ Légende : TxM : taux de pénétration
PdA : part d'audience
PdM publicitaire : part de marché publicitaire
DEI : durée d'écoute par individus

souffrir du manque de financement étatique que la télévision. Ainsi, si elle ne peut moderniser ses locaux (datant pourtant de l'ère soviétique), ni rémunérer ses salariés à hauteur suffisante pour éviter leur fuite vers les concurrents privés, elle a tout de même trouvé les fonds pour mettre à jour ses équipements techniques de production.

La première station privée, SWH, diffuse essentiellement de la musique à destination des auditeurs urbains de 25 à 45 ans. Elle est la première station de radio privée avec 9,3% de part d'audience moyenne, et 12% sur les jeunes adultes. **Elle concentre à elle seule 37,1% des investissements publicitaires radio, ce qui traduit une domination très importante sur le marché.** Son chiffre d'affaires atteint 3,2 millions d'euros en 2002, composé à 90% de revenus publicitaires. La station appartient à la chaîne de télévision LNT du groupe polonais POLSAT MEDIA et aux hommes d'affaires lettons Z.Liepins, J.Šipkevics et G.Krūmiņš.



Les deux autres acteurs significatifs du paysage radio privé sont **STAR FM** et **SKONTO**, qui réalisent des parts d'audience respectives de 4,7% et 4%. Elles sont toutes les deux financées entièrement par la publicité. STAR FM, appartenant au suédois MTG, s'adresse aux jeunes et aux personnes à hauts revenus grâce à une programmation à base de tubes musicaux. SKONTO appartient quant à elle au groupe letton PTIVATKAPITALS. Sa cible stratégique est constituée d'urbains de 30 à 45 ans avec un haut niveau d'éducation et des salaires élevés. Elle programme pour cela de la musique des années 70-80 et, dans une moindre mesure, de l'information. Les deux radios

sont des sociétés de petite taille : le nombre d'employés s'élève à 30 pour SKONTO et à seulement 9 pour STAR FM.

Structures des radios en 2002

	LR1	LR2	SWH	Skonto	Star FM
Nombre d'employés	310		86	30	9
Chiffre d'affaires (en M. Euros, 2002)	6,33		3,17	1,0	0,55
<i>dont revenus publicitaires</i> (en M. Euros, 2002)	1,64		2,85	0,99	0,55
<i>dont revenus de l'état</i> (en M. Euros, 2002)	4,3		0	0	0
<i>dont actionariat</i> (en M. Euros, 2002)	0		0	0	0
<i>Autres revenus</i> (en M. Euros, 2002)	0,39		0,32	0,01	0
statut	Public		Privé	Privé	Privé
Actionnaires principaux	NRTVP		LNT, Z.Liepins, J.Šipkevics, G.Krūmiņš	Ptīvātkapitāls	MTG Radio AB (Sweden)

Source: Carat - Corporate sources – Lursoft

Positionnements des radios en 2002

	LR1	LR2	SWH	Skonto	Star FM
Public visé	Tous		25-45 ans	30-45 ans, niveau social plutôt élevé	20-49 ans, jeunes, niveau social élevé
Ligne éditoriale	Informations sociales, scolaires, culturelles, politiques, historiques	Programme télévisé, shows, musique	Emissions matinales, musique contemporai nes...	Pop, rock, musique des années 70, 80, flashes infos	Top hits, top stars, talk shows

Source: Carat - Corporate sources – Lursoft

2.3.3. Le cinéma

Le marché du cinéma letton se caractérise par un réseau de salles limité et une production locale quasiment inexistante. Il est dominé par la production américaine.

Le réseau des salles de cinéma en Lettonie est peu développé puisqu'il n'est composé que de **34 salles permanentes** (contre 90 en 1990). Le prix moyen de la place est de 4 euros. En 2002, 976 000 tickets ont été vendus, ce qui est très faible par rapport à la taille du pays (2,4 millions d'habitants). Le chiffre d'affaires global généré par les entrées en salles est estimé à 3,9 millions d'euros.

Après s'être effondrée entre 1990 et 1995, passant d'environ 20 millions à 1 million d'entrées, la fréquentation cinéma est depuis stabilisée.

L'ouverture d'un multiplexe de 14 écrans, pouvant accueillir 3 200 spectateurs dès septembre 2003, pourrait développer le marché du cinéma. Elle va sans doute entraîner une augmentation du nombre de spectateurs et des revenus du box-office.

Distribution des films cinématographiques en 2002

	TOTAL
Nombre de salles	34
Nombre d'écrans	126
Nombre de sièges	10 602
Nombre d'entrées par an	976 000
Prix moyen d'un ticket	4 euros
Nombre de films inédits par an (2002)	403
Nombre de films issus de la production locale (2002)	40
Nombre de films issus de la production européenne (2002)	185
Nombre de films issus de la production américaine (2002)	195
Nombre de films issus de la production d'autres pays	23

Source: Carat / Centre national du film letton

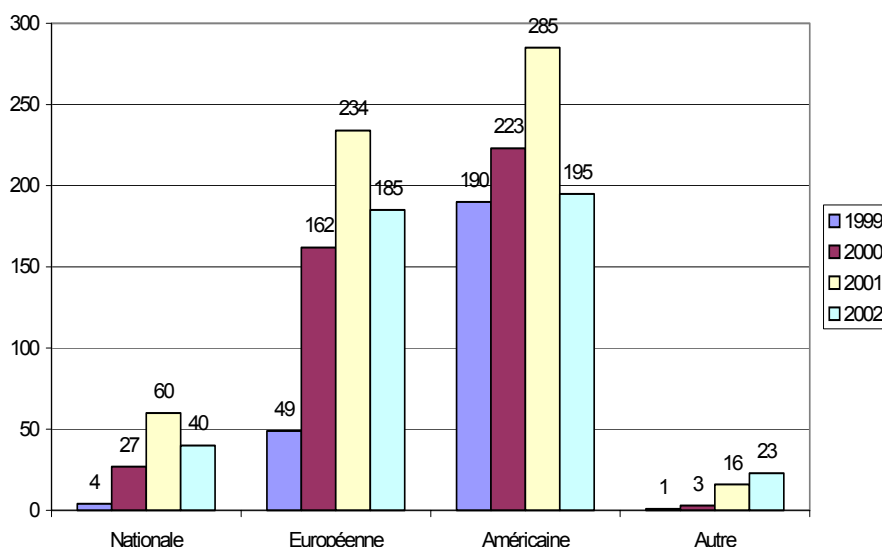
En 2002, l'ensemble du réseau cinéma proposait 403 films différents, dont 48% ont été réalisés aux Etats-Unis. **La part des films lettons se chiffre autour de 10% avec 40 longs métrages produits en 2002.** Tous les films étrangers sont sous-titrés, aucun n'est doublé. La production américaine domine largement le box-office letton avec plus de 754 000 spectateurs, soit 77% de part de marché. Deux films de production lettone, projetés cinq fois chacun, n'ont généré que 6 000 euros pour 1 515 places vendues et une part de marché de 0,16%.

Premières sorties en salles – Origine des films

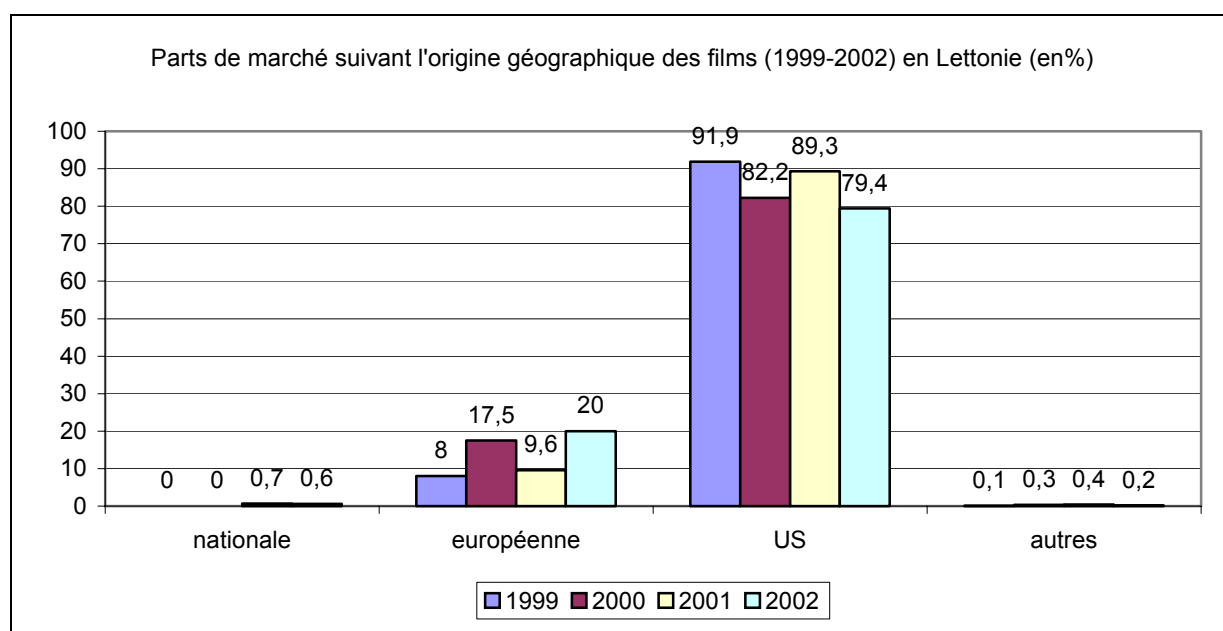
Année/Origine	Nationale	Européenne	Américaine	Autres	Total
1999	4	49	190	1	240
2000	27	162	223	3	388
2001	60	234	285	16	535
2002	40	185	195	23	403

Source : Carat - Annuaire 2002 de l' Observatoire européen de l'audiovisuel

Origine des films inédits sortis en Lettonie



Source : Carat - Annuaire 2003 de l' Observatoire européen de l'audiovisuel



- in Annuaire 2003 de l' Observatoire européen de l'audiovisuel

Malgré une production nationale non négligeable, la part de marché des films locaux est très faible. Les films européens représentent 20% de part de marché, contre près de 80% pour les films américains.

Le principal distributeur de films en Lettonie est la société lettono-finlandaise **BALTIC CINEMA** (filiale de FINNKINO, premier diffuseur cinématographique finlandais). Elle représente entre autres les compagnies cinématographiques américaines 20TH CENTURY FOX, WARNER BROS,

COLUMBIA TRISTAR et UNITED INTERNATIONAL PICTURES. Elle est également propriétaire de 3 cinémas à Riga.

BALTIC CINEMA, qui fournira des films au nouveau multiplexe dont l'ouverture est prévue en septembre 2003, compte utiliser les revenus supplémentaires générés par l'augmentation des entrées pour la promotion des productions locales, ce qui pourrait les aider à accroître leur part de marché.

TOP 20 selon le nombre d'entrées en janvier 2002 – juin 2002

Top 20 according to number of admissions			
	TITLE	ADMISSIONS	BOX-OFFICE
1	Lord of the Rings	47 912	94 077
2	Harry Potter	40 415	60 083
3	Men in Black II	34 117	67 095
4	Die Another Day	30 393	67 955
5	Spiderman	30 269	51 883
6	Stuart Little II	30 042	41 766
7	Ocean's Eleven	29 519	60 834
8	Star Wars	29 517	58 456
9	xxx	28 150	55 543
10	Ice Age	24 115	44 411
11	Vanilla Sky	23 740	49 310
12	Beautiful Mind	19 938	40 070
13	Harry Potter II	18 850	38 569
14	Moulin Rouge	16 412	26 972
15	Minority Report	15 163	33 762
16	Unfaithful	14 821	30 426
17	Scorpion King	12 996	24 182
18	About a Boy	12 259	26 963
19	Blade II	12 027	23 241
20	Shallow Hal	11 792	20 071
Total TOP 20 2002		482 447	915 669

Source : Carat

2.3.4. Les nouveaux médias

Le marché de l'Internet en Lettonie est particulièrement peu développé, tant en terme d'utilisation que d'investissements publicitaires.

Seuls 6% des foyers sont connectés à Internet. Le nombre d'utilisateurs réguliers de ce média est évalué à 14% de la population. Les investissements publicitaires sur le média Internet sont de 550 000 euros par an, soit moins d'1% de l'ensemble de la manne publicitaire.

Tous les fournisseurs d'accès sont des sociétés privées : **MICROLINK DATA** (filiale de l'estonien AS Microlink) qui emploie 50 personnes et réalise un

chiffre d'affaires de 2,85 millions d'euros, **APOLLO** et ses 40 employés, et **LATNET**.

Prix de ventes par secteurs de l'édition en 2002

	RETAIL PRICE IN EUROS
Prix moyen d'une cassette vidéo	10
Prix moyen d'un DVD	35
Prix moyen d'un jeu vidéo	40
Prix moyen d'un CD-ROM	16

Source: Carat – Trade Sources

La **distribution des contenus sur support physique** est pour sa part contrôlée par 3 réseaux essentiellement : ANDROMEDIA, BALTIK VIDEO SERVISS et DAGMARA. **Les prix de ventes sont ceux des marchés occidentaux** : 35 euros pour un DVD et 40 euros pour un jeu vidéo. Les VHS (10 euros) et les CD-ROM (16 euros) sont légèrement moins coûteux.

On estime que 80% des ventes de produits multimédia sont illégales et faites de copies pirates, principalement en provenance de Bulgarie et de Russie, même s'il n'existe pas de données absolument fiables sur ce secteur.

Le piratage reste, en effet, un problème majeur. Toutefois, le gouvernement a récemment déclaré que le respect des droits d'auteur constituait une priorité, et les produits piratés, qui étaient auparavant en vente dans les magasins, ne le sont maintenant que sur des marchés spécialisés.

2.4. La production de contenus

2.4.1. La production cinématographique

Malgré la présence d'une trentaine de studios locaux de production cinématographique, **le nombre de films réalisés en Lettonie reste insignifiant**. Jusqu'en 1991, les producteurs lettons créaient 7 à 8 longs-métrages par an. Depuis, le financement du cinéma s'est effondré, et en 2002, les studios ne produisent plus que 2 longs-métrages, 6 courts-métrages, 6 films d'animation et 10 documentaires. Six films ont été co-produits avec d'autres pays européens.

Les sociétés de prestation lettones sont spécialisées dans le secteur de l'animation et opèrent même au niveau international (80% du dessin-animé « Les Triplettes de Belleville » ont ainsi été créés en Lettonie).

Le producteur le plus important est VIDES FILMU STUDIJA, qui a assuré à lui seul 13 productions locales en 2002 et a participé à 8 productions européennes. Les deux autres principales sociétés de production sont KAUPO FILMA (3 films locaux) et J. PODNIEKA STUDIJA (2 productions locales).

De nombreux studios de cinéma se sont reconvertis partiellement ou totalement dans les téléfilms et les spots publicitaires.

La principale source de financement pour les films lettons provient du budget de l'Etat. Après le changement de gouvernement en octobre 2002, il a été envisagé de supprimer ces aides publiques sous prétexte que ces productions locales étaient insuffisamment populaires. Les producteurs se sont élevés contre cette idée et ont finalement obtenu le maintien des subventions (mais toujours à un niveau trop faible pour permettre un vrai développement du secteur). L'aide au développement de la production lettone pourrait plutôt venir des diffuseurs de films. En effet, le premier d'entre eux, BALTIC CINEMA, envisage de profiter des recettes attendues du nouveau multiplexe (qui s'ouvrira en septembre 2003 à Riga) pour promouvoir les productions locales.

Quant aux télévisions, elles n'ont pas besoin de ces « produits » pour alimenter leurs grilles et n'ont, en tout état de cause, pas le moyens de financer la production cinématographique nationale.

2.4.2. La production télévisuelle

Le marché de la production télévisuelle lettone est très restreint et fragmenté. Bien que les sociétés de production restent indépendantes capitalistiquement, elles sont souvent **économiquement dépendantes de chaînes de télévision**, dont le poids est déterminant dans leur activité. En effet, celles-ci ont pour obligation de diffuser au moins 10% de programmes européens de producteurs indépendants chaque semaine. Les sociétés sont spécialisées dans la production d'animation et de documentaires.

Le secteur comprend environ 10 sociétés. **MEMAIS SOVS est la société la plus reconnue.** Elle produit essentiellement du divertissement, des parodies et des shows télévisés. Elle est liée à la chaîne privée LNK et réalise un chiffre d'affaires de 440 000 euros. HANSA MEDIA produit plutôt des programmes à caractère non-commercial et des documentaires. Cette société, très liée à la chaîne publique LTV, passe pour une des sociétés de production les plus importantes du marché, bien qu'elle ne réalise qu'un chiffre d'affaires de 155 000 euros. LABVAKAR est une autre société importante du marché avec

des programmes éducatifs et d'information, ainsi que quelques programmes de divertissement. Signalons OCTOPUS MEDIA, spécialisée dans la production de programmes informatifs et de divertissement.

Le marché de la production n'est pas encore très rentable dans la mesure où son développement est récent et le nombre d'acteurs limité. **Surtout, il est handicapé par le poids des productions étrangères sur les chaînes de télévision lettones, notamment sur les deux chaînes privées les plus puissantes.** Et si les diffuseurs sont tenus de programmer un quota d'œuvres de producteurs indépendants, la loi n'impose rien en termes d'investissements. De toutes façons, la télévision publique ne peut remplir son rôle de soutien à la production nationale, son budget servant principalement au règlement des frais de diffusion et des salaires. Les chaînes privées, quant à elles, contestent les quotas de programmes lettons et européens, les produits américains et russes étant à la fois meilleur marché et plus porteurs d'audience.

2.5. Les organisations professionnelles de l'audiovisuel

- **Latvian Broadcasting Association⁷** : la Lettonie a la particularité de compter une association de radiodiffuseurs qui regroupe des acteurs privés et publics, dont les positions sont en partie communes. Ainsi, les uns comme les autres, souhaitent le développement du marché publicitaire et un assouplissement des règles dans ce domaine. Ils contestent les limitations de la durée autorisée de publicité et les contraintes de programmation des écrans, transposées de la directive. Par contre, en ce qui concerne les quotas d'œuvres européennes, cette politique est soutenue par la télévision publique et critiquée par les acteurs privés.
D'une manière générale, l'Association vise à assurer la liberté des radiodiffuseurs dans l'exercice de leur activité. Elle participe activement à la préparation des textes législatifs et réglementaires.
- **Latvian Advertising Association (www.lra.lv)**
Noliktavas iela 5, Rīga, LV 1010
Tālrunis 7027439, zane@lra.lv
Cette association a été créée en 1994. Son but était de moderniser l'industrie publicitaire, de permettre le développement des pratiques publicitaires et de maintenir les standards éthiques concernant les droits des consommateurs. Aujourd'hui, les 52 membres comprennent, entre autres, les agences de publicités, les annonceurs

⁷ dzintare@inbox.lv

ainsi que les représentants des médias de masse. Le président actuel est Ainars Scipcinskis (MCCANN ERICKSON RIGA). L'association a pour principaux objectifs de :

- Maintenir la concurrence et protéger les intérêts de la société lettone,
- Construire une image positive de la publicité dans les médias de masse,
- Maintenir la liberté d'expression dans les activités commerciales,
- Développer des codes d'autorégulation de la profession,
- Stimuler la coopération et les échanges entre les agences, les annonceurs, les médias et les consommateurs.

Concernant la réglementation publicitaire, elle défend globalement les mêmes positions que les radiodiffuseurs, mais estime comme un élément efficace de régulation du marché l'encadrement de la durée autorisée de publicité. Ensemble, ils se plaignent de la distorsion de concurrence dont sont victimes les supports audiovisuels au bénéfice de la presse, puisque seule la publicité pour la bière et le vin est autorisée sur les premiers, alors qu'elle est ouverte pour l'alcool en général sur la seconde. Le Parlement étudie de fait la possibilité de restreindre la publicité pour l'alcool également dans la presse.

- **The Latvian Filmmakers Union⁸**

Elizabetes iela 49, Riga LV 1010

Tel : +371 7 288 536

Fax : +371 7 240 543

Elle existe depuis près de 40 ans. Son objectif principal est de représenter et de défendre les intérêts professionnels et sociaux des réalisateurs de films. Ses membres sont au nombre de 240. Individuellement ils appartiennent aux différentes professions cinématographiques et certaines petites organisations professionnelles telles que les Guildes des Directors, des Cinématographes ou des Art Directors en sont également adhérentes. The Latvian Filmmakers Union est membre du European Artists' Council.

- **The Latvia Film Producers Association⁹**

Meness iela 4, Riga, LV, 1013

Tel : +371 7 362 656

Fax : +371 7 240 543

⁸ lks@delfi.lv

⁹ rijafilms@parks.lv

compte parmi ses membres les plus importantes sociétés de production qui produisent plus de la moitié des films Lettons.

A elles deux, **The Latvian Filmmakers Union** et **The Latvia Film Producers Association**, fédèrent pratiquement l'ensemble de l'industrie cinématographique lettone. Face à une menace en 2002 de voir les aides publiques au cinéma supprimées, ces associations se sont mobilisées avec succès en faveur du maintien et du renforcement de ce système de soutien à la production cinématographique nationale.

3. POLITIQUES PUBLIQUES : ORGANISATION INSTITUTIONNELLE ET TEXTES DE BASE

Sont récapitulés ci-après les institutions publiques qui interviennent dans le secteur de la communication audiovisuelle et les principaux textes qui encadrent celle-ci, qu'il s'agisse des lois nationales ou des accords internationaux.

3.1. Cadre national

Les principes de liberté d'opinion et d'expression sont affirmés par la **Constitution lettone** (loi constitutionnelle de 1991).

Dans ce cadre, la **loi sur la presse et les autres médias de masse**¹⁰ interdisant toute censure a été votée dès **1990** (le 20 décembre 1990). Puis, **une première loi sur la radio et la télévision a été adoptée le 6 mai 1992**¹¹ et entre 1992 et 1995 le secteur a été régulé par le Conseil letton pour la radio et la télévision, qui n'était pas une autorité indépendante. Dans cette **première période de libéralisation des ondes**, des licences de radiodiffusion commerciale ont été attribuées, mais sans que des critères d'attribution soient prédéterminés. Par ailleurs, les moyens de contrôler le respect des textes n'existaient pas et la piraterie sous toutes ses formes était alors très développée. **Le secteur privé s'est donc mis en place dans une certaine anarchie.**

La loi sur les droits d'auteur et droits voisins a été votée en 1993¹². La transposition des directives relatives à la société de l'information est en cours. **La mise en oeuvre de la législation sur les droits d'auteur pose problème.** Au niveau de la câblo-distribution, l'application est satisfaisante. Par contre, les négociations entre l'unique agence de perception des droits d'auteur et les radiodiffuseurs (tant publics que privés) sont bloquées, ces derniers refusant d'acquitter le montant demandé par l'Agence.

La loi sur la radio et la télévision, qui a mis en place le **cadre légal du développement du secteur** et créé dans leur forme actuelle la **radio et la télévision publiques lettones** et le **Conseil national de la radio et de la télévision**, a été adoptée en août **1995**¹³. C'est alors le **début d'une seconde période, de régularisation du paysage audiovisuel.**

¹⁰ loi sur la presse et les autres médias de masse du 20 décembre 1990

¹¹ loi sur la radio et la télévision du 6 mai 1992

¹² loi sur les droits d'auteur et droits voisins du 11 mai 1993

¹³ loi sur le secteur audiovisuel du 24 août 1995

La loi a été modifiée à plusieurs reprises, dont en février **2001** pour **transposer la directive européenne**. Quelques amendements, principalement destinés à parachever cette transposition, ont également été votés le **15 mai 2003**.

Suite à une loi de 2000 amendée en 2001, la Lettonie a mis en place à l'automne **2001** un système original de régulation unifiée des services publics, avec la création de la **Commission de régulation des services publics**, institution publique indépendante chargée de la régulation de l'énergie, des télécommunications, de la poste et des chemins de fer.

La loi sur les **télécommunications** a été adoptée en novembre **2001**¹⁴.

La Lettonie a signé et ratifié la **Convention européenne sur la télévision transfrontière** et celle-ci y est entrée en vigueur au 1^{er} octobre 1998.

Le **Parlement**, le **ministère de la Culture** et le **Conseil national de la radio et de la télévision** sont responsables des politiques publiques dans le secteur audiovisuel. Concernant les questions techniques de l'audiovisuel, elles relèvent du ministre des transports.

* *
*

Ces différentes institutions publiques entretiennent des relations, soit dans le but de coordonner leur action (ainsi, le président du Conseil de la radio et de la télévision participe à certaines réunions gouvernementales), soit pour unir leurs moyens, par exemple dans le cadre de groupes de travail sur la modification des textes.

Le ministère de la culture ne compte que trois personnes en charge du secteur audiovisuel. C'est une des raisons pour lesquelles **l'acteur clef est le Conseil**.

En mars 2003, **au sein du nouveau Parlement issu des élections d'octobre 2002, a été institué un sous-comité spécialisé pour la radio et la télévision** dans le cadre du Comité des droits de l'homme et des affaires publiques. Ce Comité a engagé de larges concertations avec les acteurs du secteur et réfléchit à différentes évolutions législatives (cf. partie 6).

¹⁴ loi sur les télécommunications du 1/11/2001

3.2. Accords internationaux

3.2.1. OMC

A l'issue du cycle de négociations de l'Uruguay Round instituant l'Organisation Mondiale du Commerce (en 1995), la Lettonie est devenue partie à l'Accord Général sur le Commerce des Services (AGCS) qui couvre les services audiovisuels. La Lettonie s'est abstenue de tout engagement concernant l'accès au marché ou le traitement national pour les services audiovisuels. La Lettonie a par ailleurs introduit les exemptions spécifiques à la clause de la nation la plus favorisée, nécessaires en particulier pour la mise en oeuvre des mesures de promotion des oeuvres européennes et pour la participation aux mécanismes de soutien communautaires (MEDIA).

3.2.2. Accords et programmes européens Voir CH VII

La Lettonie participe au programme européen de coopération culturelle « **Culture 2000** »¹⁵. Elle participe au programme **Media**¹⁶ depuis 2002 et est membre d'**Eurimages** depuis le 1^{er} janvier 2002. Eurimages¹⁷ vise à promouvoir le cinéma européen en stimulant la production et la circulation des oeuvres et en favorisant la coopération entre professionnels.

Le film suivant a ainsi été aidé :

Année	Titre	Réalisateur	Catégorie	Soutien	Production
2002	Honey Baby	Mika Kaurismaki (FI)	<i>Film de fiction</i>	300 000 €	STAMINA FILMS, TWENTY TWENTY VISION (DE) EHO FILMA (LV) MARIANNA FILMS (FI)

¹⁵ Le programme Culture 2000 (2000-2004) vise à encourager la créativité et la mobilité des artistes, l'accès à la culture, la diffusion de l'art et de la culture, le dialogue interculturel et la connaissance de l'histoire et du patrimoine culturel des peuples d'Europe. Son objectif général est la mise en place d'un espace culturel commun unissant les Européens tout en préservant leur diversité nationale et régionale.

¹⁶ Le Programme MEDIA vise à renforcer la compétitivité de l'industrie audiovisuelle européenne par une série d'actions incitatives portant sur la formation des professionnels, le développement des projets de production, la distribution et la promotion des oeuvres cinématographiques et des programmes audiovisuels. Le programme actuel MEDIA plus a débuté en 2001 et se terminera en 2005. Le programme précédent MEDIA II s'était déroulé de 1996 à 2000. Il avait lui-même succédé au programme MEDIA I (1990-1995).

¹⁷ Plus précisément, Eurimages est le fonds du Conseil de l'Europe pour l'aide à la coproduction, à la distribution et à l'exploitation d'oeuvres cinématographiques européennes. Créé en 1988 sur la base d'un accord partiel, il réunit à l'heure actuelle 29 Etats membres.

En matière de coproduction cinématographique, la Lettonie a également signé la Convention européenne sur la coproduction cinématographique¹⁸ le 27 septembre 1993.

3.2.3. Accords de coopération culturelle

3.2.3.1. Présentation générale

Depuis son indépendance, **la Lettonie mène une politique active de relations internationales**, notamment en matière culturelle.

Le but de ces accords est d'engager conjointement des actions de coopération culturelle avec des Gouvernements et Ministères étrangers, et de mettre en place des bases légales pour des échanges : programmes de coopération, engagements budgétaires, obtention de visas,...

Les accords définissent les secteurs concernés et le cadre de la coopération d'une manière générale.

3.2.3.2. Institutions en charge de la coopération culturelle extérieure

Les structures publiques directement responsables de la coopération culturelle extérieure sont :

- le **Gouvernement**, qui est l'autorité responsable de la conclusion des accords intergouvernementaux pour la coopération dans le secteur culturel et dans les autres secteurs.
- L'autorité qui met en oeuvre ces accords, ainsi que les autres décisions parlementaires et gouvernementales relevant de la coopération culturelle internationale, est le **Ministère de la Culture**. Les mécanismes de mise en oeuvre sont des programmes de coopération interministériels, des projets de coopération internationale, la définition de cadres financiers et législatifs et la mise en place d'institutions culturelles.

¹⁸ Cette Convention a pour objectif d'encourager le développement de la coproduction cinématographique multilatérale européenne, dans un contexte de respect de la liberté de création et de la liberté d'expression, et de défense de la diversité culturelle des différents pays européens.

Pour bénéficier du régime de la Convention, la coproduction doit associer au moins 3 coproducteurs établis dans 3 Parties différentes et être considérée comme une oeuvre cinématographique européenne. Lorsque ces conditions sont remplies, la Convention assimile la coproduction à un film national qui peut ainsi bénéficier de plein droit des avantages correspondants.

- Les **Agences** (Centre d'information sur la Littérature, Centre d'information sur la Musique et Centre letton de l'Art contemporain) sont habilitées à conduire une coopération culturelle internationale indépendante subventionnée par l'Etat et sont consultées par les autres instances publiques.
- Les **gouvernements locaux** ont la compétence de conduire une coopération culturelle internationale. Ils signent des accords de coopération avec leurs homologues dans d'autres pays européens. Ces accords comportent généralement une dimension culturelle.
- Au niveau des **ambassades**, il existe dans certains cas des Centres culturels. Il en est ainsi à Prague et en République tchèque ; dans d'autres cas on trouve un attaché culturel. Les ambassades sont actives dans la promotion des échanges culturels et dans certains cas co-produisent des projets culturels dans leur pays de résidence.

3.2.3.3. Priorités géographiques et sectorielles

Les pays avec lesquels la Lettonie cherche en priorité à développer ses relations dans le champ culturel sont :

- les pays membres de l'Union européenne ;
- les pays voisins tels que les pays baltes (Estonie, Lituanie), les pays nordiques, les pays de la Mer Baltique et la Russie ;
- et les pays avec lesquels ont été signés des accords de coopération.

Le ministère de la Culture conduit la politique de coopération culturelle internationale sur la base de **plusieurs modèles de relations selon les pays**. Ainsi, avec les pays nordiques tels que la Suède, le Danemark, la Norvège et l'Islande, aucun accord entre ministères n'est conclu, car ces pays choisissent traditionnellement de mener leur politique de coopération culturelle internationale sur la base de partenariats directs.

Du fait des coproductions internationales, le secteur du cinéma apparaît comme très dynamique (exemple des *Triplettes de Belleville* avec la France).

La musique, l'opéra et la danse font également l'objet de coopération au niveau international (voir ci-dessous).

La liste des accords est jointe en annexe (cf. partie 8.2).

Les accords de coopération culturelle extérieure ne font pas l'objet de lignes budgétaires spécifiques.

3.2.3.4. Exemples concrets de coopération culturelle

Parmi les **manifestations de promotion de la culture Lettone**, citons le mois culturel européen de Riga en 2001.

Il existe également un certain nombre de **festivals** ayant une vocation d'ouverture à l'international :

- International Baltic Ballet Festival,
- International Folk Dance Festival "Sudmalinas".

On peut citer comme exemples de « **co-productions** » dans le champ culturel en général :

- Baltic Chamber Orchestra "KREMERata Baltica" (permanent),
- The Baltic Cultural Festival in the Nordic Countries 2001,
- Latvian-Swedish museum co-production "Tree Stars – Three Crowns",
- Latvian-British co-production of the "Requiem" by Anna Akhmatova "Black over Red" at the Latvian National Opera (2001),
- Latvian German co-production of the chamber opera by Wolfgang Rihm "Jacob Lenz" at the Latvian National Opera (2003).

Dans le secteur audiovisuel, les **coproductions cinématographiques** représentent une partie significative de la politique de coopération culturelle lettone. En voici quelques exemples :

- "The Shoe", Laila Pakalnina, feature, 1997, Latvia - Germany
- "Follow Me", Una Celma, feature, 1999, Latvia – Sweden
- "Good Hands", Peter Simm, feature, 2001, Latvia – Estonia
- "Clara & Rubinstein", Askolds Saulitis, animation, 1999, Latvia – Luxembourg (foreign financing)
- "Fighting for the Meter", Dainis Klava, documentary, Latvia, Finland, Estonia, Lithuania

Le 4 novembre 2000, au cours d'une cérémonie à la mairie de Lübeck, les représentants de **l'Estonie, de la Lettonie et de la Lituanie ont signé un accord pour la relance de la structure de coopération *Baltic Films***.

Grâce au soutien d'un certain nombre d'acteurs et notamment de *Scandinavian Films*, un stand *Baltic Films* était présent au Marché du film de Berlin en 2001, ce qui fut l'occasion de la signature d'un accord de coopération entre *Scandinavian Films* et *Baltic Films*.

Baltic Films a de plus participé à un grand nombre de festivals, de séminaires et d'évènements tels que les conférences internationales du film "Transit Zero".

En novembre 2000, une **déclaration de coopération entre les pays baltes et la Pologne** dans le domaine audiovisuel a été signée à Riga.

4. CADRE JURIDIQUE DE LA COMMUNICATION AUDIOVISUELLE

Le ministère de la Culture et le Conseil national de la radio et de la télévision ont collaboré à la préparation des amendements législatifs votés en février 2001¹⁹, qui ont transposé la directive européenne en droit letton. Est plus particulièrement présenté ici le cadre juridique letton en ce qu'il a de spécifique.

4.1. Organisation du marché

4.1.1. Concentration et propriété des médias

La loi prévoit des limites anti-concentration relativement souples et qui ne sont pas contestées.

L'appropriation monopolistique d'un média de masse est interdite.

La syndication en réseaux de stations régionales ou locales est interdite, sauf si cela est prévu par le plan de développement des médias électroniques de masse.

Chaque radiodiffuseur ne peut éditer plus de trois services (à l'exception du secteur public).

Une personne qui est le seul actionnaire d'un radiodiffuseur ou qui le contrôle ne peut posséder plus de 25% du capital d'autres radiodiffuseurs.

Il n'y a pas de limitation capitalistique, ni de règle relative à la propriété des médias, qu'il s'agisse d'investisseurs nationaux ou étrangers.

Pour bénéficier d'une licence de diffusion par voie hertzienne terrestre, les radiodiffuseurs doivent être enregistrés en Lettonie ; toutefois cette clause a été supprimée pour les ressortissants de l'Union européenne par un amendement législatif de mai 2003.

4.1.2. Allocation des fréquences et attribution des licences

La planification et la gestion des fréquences relèvent de l'Inspection des télécommunications, au sein du ministère des Transports. Elle prépare le plan de

¹⁹ Loi sur la radio et la télévision du 24 août 1995. Le texte utilisé est disponible en anglais sur le site du Conseil de la radio et de la télévision www.nrtp.lv ; les amendements de 2003 n'y sont pas encore intégrés.

fréquences sur la base du plan de développement des médias de masse électroniques, élaboré par le Conseil de la radio et de la télévision. L'usage du spectre est payant.

La loi distingue les radiodiffuseurs nationaux, régionaux (territoire correspondant à un district), locaux (territoire correspondant à une localité) et transfrontières.

Les radiodiffuseurs privés sont autorisés, pour la diffusion hertzienne, sur la base d'appels à candidatures, conduits par le Conseil de la radio et de la télévision. Celui-ci donne la préférence aux programmes qui visent le public le plus large.

Après obtention de leur autorisation de diffusion, ils doivent obtenir une licence technique en application de la loi sur les télécommunications.

Les services du câble sont autorisés hors appel à candidatures.

Les autorisations de diffusion sont délivrées pour 5 ans en radio, 7 ans en télévision et 10 ans pour des services du câble. Elles peuvent être reconduites.

Un radiodiffuseur doit se réenregistrer chaque année auprès du Conseil en lui fournissant le bilan de son activité et du respect de ses obligations. Ceci permet au Conseil d'assurer son contrôle et au radiodiffuseur de payer son droit de diffusion de manière étalée sur plusieurs années et non en une fois au moment de l'attribution de la licence. Les modifications capitalistiques doivent être notifiées au Conseil.

La retransmission de programmes par câble nécessite l'accord des éditeurs de programmes et une licence du Conseil de la radio et de la télévision. Les plans de services doivent inclure les télévisions publiques.

4.2. Le secteur audiovisuel public

4.2.1. Organisation

La loi affirme le principe d'indépendance de la radio-télévision publique, tant à l'égard des institutions gouvernementales et des organisations politiques que des mouvements religieux et des groupes économiques et financiers.

La radio et la télévision lettones sont dirigées par des directeurs généraux nommés pour cinq ans par le Conseil de la radio et de la télévision. Ils peuvent être reconduits dans leur fonction mais pas plus de 2 fois sans

interruption. Ils peuvent être démis de leurs fonctions par un vote à la majorité des deux tiers du Conseil. C'est celui-ci qui assume les fonctions relevant de l'actionnaire.

Par ailleurs, le Centre letton de radio et de télévision qui bénéficie d'un monopole dans le domaine des transmissions opère comme une entreprise à but non lucratif. Un membre du Conseil de la radio et de la télévision siège à son Conseil d'administration.

4.2.2. Missions

La loi détermine les grands axes d'activité du secteur audiovisuel public.

Le droit de distribuer des programmes sur les premiers et deuxièmes réseaux de diffusion de radio et de télévision appartient au service public. Le Conseil de la radio et de la télévision est habilité à accorder à d'autres organismes de radiodiffusion le droit de diffuser sur le second réseau à des moments où le service public ne l'utilise pas et à certaines conditions. La durée de diffusion est ajustée chaque année.

Le secteur audiovisuel public est actuellement composé de 2 programmes de télévision et 5 programmes de radio.

Les programmes sont diffusés sur le premier réseau dans la langue officielle de Lettonie. Les émissions, sous-titrées dans la langue officielle, **sur le second réseau peuvent être diffusées à hauteur de 20% du temps de diffusion annuel dans d'autres langues utilisées en Lettonie (en russe notamment).**

A hauteur de 40% du temps de diffusion sur la télévision ou la radio publiques, les émissions peuvent provenir d'autres organismes de radiodiffusion ou de producteurs indépendants. Cette proportion de 40% devrait être progressivement augmentée par les Autorités lettones jusqu'à sa suppression avant l'adhésion, parallèlement à l'instauration de la redevance.

La radio-télévision publique doit diffuser des programmes diversifiés et équilibrés, destinés à tous les groupes de la population, dans les domaines de l'information, de l'éducation et du divertissement.

Ses objectifs sont définis dans des contrats pluriannuels (5 ans) conclus avec le Conseil de la radio et de la télévision.

Les contrats actuels couvrent la période janvier 2002 – décembre 2006. Ils déclinent, en les précisant, les grands principes contenus dans la loi, mais ne comportent pas d'objectifs quantifiés.

4.2.3. Financement

L'instauration d'une redevance est débattue depuis plusieurs années mais n'a pour le moment pas été décidée par les pouvoirs publics qui ne veulent pas imposer cette charge à la population.

Le financement relève donc à la fois des recettes publicitaires et commerciales et d'apports du budget de l'Etat, dont la loi précise qu'ils ne peuvent diminuer d'une année à l'autre. Cependant, à l'origine il était précisé que ce maintien du financement devait prendre en compte le taux d'inflation, puis cette précision a été retirée de la loi. **Les fonds publics sont ainsi les mêmes depuis 1995 en monnaie courante, ce qui signifie qu'ils ont en fait régressé.**

Le volume de la publicité et du téléachat ne peut dépasser 10% par heure de diffusion, mais cette limitation ne semble guère respectée.

* *
*

Dès 1999, le Conseil de la radio et de la télévision a proposé l'introduction de la redevance pour garantir le financement du secteur public, tout en maintenant le financement par les ressources publicitaires et le budget de l'Etat.

Ce projet d'instaurer la redevance n'aboutit pas et le financement et le rôle de la télévision publique constituent aujourd'hui le principal sujet de débat du secteur audiovisuel en Lettonie. La télévision publique tire près de 50% de ses ressources du marché publicitaire et l'autre partie du budget de l'Etat. Ce financement a plusieurs conséquences :

- il est contesté par les radiodiffuseurs privés, qui ont eux-mêmes du mal à financer leur activité sur un marché publicitaire restreint ;
- il crée une situation de dépendance de la télévision publique à l'égard du gouvernement ;
- les ressources sont globalement insuffisantes pour permettre à la télévision publique de jouer pleinement son rôle ;
- la qualité des programmes de la télévision publique étant vivement critiquée par les téléspectateurs, ceux-ci sont d'autant moins enclins à accepter la création de la redevance.

Les frais de diffusion et les charges salariales consomment la majeure partie du budget de la télévision publique, qui n'est pas en mesure d'investir dans des programmes ambitieux et de contribuer au développement de la production nationale. Ses structures héritées du passé sont lourdes et elle apparaît moins efficace que les chaînes privées.

Par ailleurs, une modification de l'organisation du contrôle de la télévision publique est envisagée. C'est le Conseil de la radio et de la télévision qui nomme le Directeur général et les administrateurs de la télévision publique et tient lui-même le rôle de « trustees » au nom de l'Etat actionnaire. Le Conseil est ainsi amené à se contrôler lui-même, ce qui n'est pas une situation très saine. **L'organisation pourrait changer, pour que le rôle de « trustees » et celui de contrôle soient assumés par deux organismes différents.** *Pour plus de développements, cf. partie 6.*

4.3. Contenu des programmes

4.3.1. Obligations générales

Les radiodiffuseurs doivent respecter les principes et contraintes suivants :

- respect des droits de la personne,
- pluralisme et impartialité,
- séparation du commentaire et de l'information,
- diffusion des messages d'urgence des pouvoirs publics,
- pour les programmes radiophoniques de service public produits en Lettonie, 40% du volume total de musique diffusé chaque mois doivent consister en musique d'auteurs reflétant l'identité lettone et être diffusés entre 7 heures et 22 heures,
- chaque service doit être édité dans une langue (à l'exception des œuvres musicales) ; les films doivent être doublés ou sous-titrés et les films pour enfants doublés ; les programmes en langues étrangères doivent être sous-titrés en letton ; 25 % au maximum des programmes produits par le diffuseur peuvent être diffusés dans une langue étrangère (à l'exception des chaînes publiques, des services par câble et satellite).

Cette dernière obligation qui est un élément important de la politique lettone pour l'emploi de la langue nationale a toujours été contestée et contournée par certains radiodiffuseurs (principalement des radios russes) qui diffusent la nuit les programmes en letton.

Cette disposition législative n'est plus en vigueur depuis le 6 juin 2003. En effet, une récente décision de la Cour Constitutionnelle²⁰, sur la requête du parti d'opposition PCTVL (Pour les Droits de l'homme dans une Lettonie unie), a déclaré inconstitutionnel l'article de la loi qui imposait un maximum de 25% de diffusion en langue étrangère. *Pour plus de développements cf. partie 6.2.*

4.3.2. Œuvres audiovisuelles

Mesures de promotion des œuvres européennes

Les radiodiffuseurs doivent consacrer **51 % au moins de leur volume hebdomadaire de diffusion à des œuvres européennes** (sont exclus de la base de décompte les informations, retransmissions sportives, jeux, publicités, télétexte et téléachat).

Au sein de ces œuvres européennes, 40 % au moins doivent être produites en letton, ce qui représente 20% de l'ensemble des productions.

Mesures de promotion des œuvres produites par des producteurs indépendants

10 % du volume de diffusion hebdomadaire doivent être consacrés à des œuvres européennes de producteurs indépendants, dont la moitié au moins à des œuvres de moins de 5 ans.

Un producteur indépendant :

- réalise des productions de films, publicités, programmes de radio ou de télévision,
- en détient les droits d'exploitation,
- n'est pas détenu (capital ou droits de vote) à plus de 25 % par le diffuseur auquel il fournit ses services,
- bénéficie de plusieurs sources de financement.

Réalisations

En ce qui concerne la télévision publique, dont les programmes sont à plus de 50% lettons, le respect des obligations européennes, auxquelles elle adhère pleinement ne devrait pas poser de problème.

²⁰ Décision du 5 juin 2003.

Ce sera sans doute plus difficile pour les radiodiffuseurs privés.

Le projet éditorial de chaque radiodiffuseur qui fait partie intégrante de sa licence reprend cette obligation d'une diffusion majoritaire d'œuvres européennes. Le Conseil n'en contrôle pas encore l'application effective. C'est une des missions de son centre de « monitoring » qui sera opérationnel à partir d'octobre 2003.

Plusieurs indices conduisent à douter du respect des obligations de diffusion d'œuvres européennes par les télévisions privées, en tout cas dans une première temps :

- le fait qu'ils en contestent la légitimité,
- les nombreuses remarques de divers observateurs du marché sur la part importante des programmes américains, sud-américains et russes dans la programmation de ces télévisions,
- le coût beaucoup plus faible de ces programmes et la forte attractivité des programmes russes,
- les données du *TBI yearbook 2003*.

	Production locale ²¹	Importations	Origine des imports
Latvian Independent TV (LNT)	Nc	Nc	US/UK/Allemagne/France/Canada/Australie
TV3 Latvia	15%	85%	Europe/US/Amérique latine

Source : TBI Yearbook 2003, l'assiette couvrant l'ensemble de la programmation

N.B. : les données concernant l'origine des programmes diffusés sur les chaînes publiques LTV1 et LTV2 ne sont pas disponibles. En outre, aucune donnée n'est disponible concernant la chaîne privée PBK.

D'après un certain nombre d'observateurs et d'acteurs du marché, le respect des sous-quota d'œuvres en letton, devrait être plus facile, compte tenu de la part des émissions nationales de plateau. Toutefois, les radiodiffuseurs privés estiment que la base de calcul devrait inclure les informations, retransmissions sportives et jeux.

L'intérêt des télévisions est de développer les productions nationales, y compris de produits de stock. Ainsi, la télévision publique produit deux à trois séries par

²¹ La formule "Production locale" désigne l'ensemble des programmes produits en Lettonie. En outre, ces statistiques incluent l'ensemble de la programmation.

an qui sont ses plus gros succès d'audience. Mais, là encore, on se heurte aux contraintes économiques.

4.3.3. Protection de l'enfance

D'une part, la loi édicte que les programmes ne doivent pas comporter : des scènes de violence appuyée injustifiées, de la pornographie, des incitations à la haine raciale,..

D'autre part, **elle prévoit un dispositif de protection de l'enfance**. Les radiodiffuseurs ne peuvent pas diffuser de programmes dont le contenu puisse nuire au développement normal des enfants et adolescents, sauf à des horaires appropriés (entre 22 heures et 7 heures) ou avec un système de cryptage. Un avertissement doit signaler la diffusion de ces programmes et doit figurer dans la publication des programmes.

Entre 7 heures et 22 heures, les programmes en clair ne doivent pas comporter de scènes de violence physique ou psychologique, de sang ou d'horreur, ainsi que des scènes d'usage de narcotiques. Les dialogues ne peuvent employer des expressions vulgaires ni grossières, ni se référer à des actes sexuels.

Un système de signalétique est en place, qui doit indiquer la présence de scènes de sexe ou de violence. Cependant, cette signalétique est très insuffisamment appliquée par les radiodiffuseurs.

En avril 2002, **le Conseil de la radio et la télévision a adopté une instruction²²** à ce sujet, **qui doit guider les radiodiffuseurs dans la classification des programmes** et aider le Conseil à vérifier le respect de la loi sur des bases objectives. Il y détermine des indicateurs de violence, assortis d'une cotation chiffrée entre 1 et 5, qui permettent de mesurer le degré de violence d'un programme. En outre, il a institué une Commission composée de 3 membres du Conseil et de 3 experts en psychologie et cinématographie. Cette Commission visionne les programmes et donne son avis au Conseil sur leur qualification et la décision à prendre.

Par ailleurs, une Commission devrait être établie sous l'égide du ministère de la culture, qui aura notamment pour mission de classer les films de cinéma au regard de la protection de l'enfance. Cette classification pourrait être reprise par les radiodiffuseurs.

²² Sur la protection des enfants et des mineurs à l'égard de l'influence nuisible de la violence dans les programmes télévisés. Instruction n°45 du 11 avril 2002

4.3.4. Diffusion des événements d'importance majeure

Aucun radiodiffuseur ne peut diffuser en exclusivité les événements reconnus d'importance majeure par le Conseil des ministres pour la Lettonie. La totalité de la population (soit 85 % du territoire jusqu'en 2003, 90 % entre 2003 et 2006 et 95% à partir de 2006) doit y avoir accès sur une télévision en accès libre.

Un groupe de travail incluant le Conseil de la radio et la télévision et les différentes parties concernées élabore actuellement la liste qui est très discutée, de même que l'est le seuil de couverture de la population nécessaire pour pouvoir diffuser ces événements. En effet, selon la définition retenue, seules les chaînes publiques et LNT pourraient diffuser ces événements (la couverture de TV3 reposant en partie sur la diffusion satellitaire).

4.4. *Publicité, parrainage et téléachat*

La loi lettone est quasiment identique à la directive européenne en ce qui concerne le régime de la publicité. Elle comporte en outre quelques dispositions spécifiques, concernant le contenu des messages :

- le publicitaire ne doit pas exercer d'influence sur le contenu des programmes,
- le publicitaire est responsable du contenu des messages,
- le publicitaire et le diffuseur sont tous deux responsables en cas de diffusion d'un message constituant une infraction à la loi ou interdit,
- **concernant l'alcool seuls le vin et la bière peuvent faire l'objet de publicité ou de téléachat,**
- la diffusion de publicité pendant les retransmissions de cérémonies officielles ne sont possibles qu'avec l'accord des organisateurs.

Sur la télévision publique, le volume de la publicité et du téléachat ne peut dépasser 10% par heure de diffusion.

Compte tenu de leurs difficultés économiques, **les radiodiffuseurs réclament un allègement de ces contraintes** (cf. point 2.5). **Ils souhaitent que les limitations à la publicité pour l'alcool soient levées**, alors que de telles limitations n'existent pas pour la presse écrite.

4.5. Le soutien à la production

Il existe des équipements de production importants en Lettonie (Riga Films Studios pour le cinéma et Latvia Radio Studios pour l'enregistrement de musique) qui sont totalement sous-utilisés depuis leur privatisation. Les studios de la radio publique parviennent cependant à attirer des clients internationaux et pensent pouvoir développer leur activité.

Les producteurs de films ont mené une campagne très active l'année dernière pour obtenir des soutiens financiers accrus et institutionnalisés, alors que le gouvernement avait envisagé de les supprimer. Le Premier ministre a placé le débat sur la qualité (en l'occurrence l'absence de qualité) des films lettons, qui ne justifierait l'octroi d'aides publiques : dans un contexte de ressources rares, est-il pertinent et utile d'allouer des subventions à des productions qui n'attirent qu'un faible public ?

Cependant, tant les représentants de la profession que le Centre national du film font valoir que :

- qualité et succès public ne vont pas toujours de paire en matière cinématographique,
- l'école cinématographique lettone se rattache à une tradition d'auteurs de films documentaires poétiques et de films d'animation, et non de producteurs de « blockbusters »,
- même si leur montant est faible, l'existence d'aides publiques est déterminante pour permettre à des projets d'exister et de pouvoir lever d'autres fonds, européens notamment,
- grâce à l'existence de ces aides et à l'action du Centre national du film une production cinématographique nationale a pu être maintenue et commence à se développer à nouveau grâce aux programmes européens, à une coopération entre Etats baltes et aux coproductions internationales,
- le développement de cette production cinématographique nationale est essentielle pour la préservation de la culture lettone.

Deux principaux organismes de soutien à la production cinématographique lettone doivent être distingués.

Le Centre national du film de Lettonie

Le Centre national du film de Lettonie a été créé le 23 décembre 1991. C'est une institution publique financée par l'Etat et rattachée au Ministère de la culture.

Ses principales missions sont de :

- Gérer les soutiens financiers gouvernementaux à l'industrie cinématographique ;
- Préparer les actes législatifs et réglementaires liés au secteur du cinéma ;
- Préserver le patrimoine audiovisuel national ;
- Promouvoir les films lettons à l'étranger ;
- Améliorer la formation professionnelle ;
- Coopérer avec les organisations nationales et internationales pertinentes ;
- Procéder à l'enregistrement des films et des vidéos ; délivrer les licences aux sociétés de distribution vidéo lettones ;
- Constituer une base de données des films et cinéastes lettons.

Le Centre national du film octroie des aides sélectives à la production²³, basées sur la qualité du projet, le savoir-faire de l'équipe et la faculté à trouver des sources de financement complémentaires. Quatre comités (long-métrage, animation, documentaire et domaines connexes tels que festivals) composés de trois experts professionnels sont chargés de procéder aux sélections.

Ces experts ne font pas partie du personnel du Centre. Ils sont nommés par le Conseil d'administration du Centre, lui-même composé de représentants du Centre national du film, de l'Union des cinéastes, de l'Association des producteurs et des distributeurs, de la chaîne publique... Ils doivent être indépendants, c'est-à-dire n'avoir d'intérêt d'aucune sorte dans les projets en compétition.

Le montant des aides s'élève à 1 002 241 € en 2001, 1 125 183 en 2002 et est budgété à 1 131 675 pour 2003.

Les aides sont réparties comme suit :

- 49% du budget sont consacrés à la production de longs-métrages ;
- 16% à la production de documentaires ;
- 16% à la production de films d'animation ;
- 10% à la production d'événements (festivals du film, expositions...)
- 9% du budget vont à l'administration du Centre.

²³ Compte tenu de la faiblesse des fonds disponibles, le choix a été fait de concentrer les aides sur la production.

La Fondation culturelle de Lettonie

La Fondation culturelle de Lettonie est un organisme public à but non lucratif créé en décembre 1997. Elle est financée par la taxe sur les jeux d'argent, la taxe sur les alcools (à hauteur de 3%) et la taxe sur le tabac (à hauteur de 3%). Son budget en 2002 s'élève à 819 672 euros.

Elle a pour mission de soutenir et de promouvoir le développement équilibré de toutes activités créatives se rattachant aux arts et à la culture, ainsi que de préserver le patrimoine culturel. Huit domaines culturels sont concernés :

- la littérature
- la musique et la danse
- la théâtre
- le cinéma
- la photographie et les arts visuels
- le patrimoine culturel
- la culture traditionnelle
- les projets pluridisciplinaires

Quatre sessions de soutien sont organisées chaque année. Les aides accordées sont sélectives ; un comité composé de 7 experts procède aux sélections au sein de chacune des huit branches. 5 d'entre eux sont nommés par la Fondation, 2 par le Ministre de la culture.

Résultats de la session close au 31 janvier 2003

Project competition	Proposés		Sponsorisés	
	Number	Sum (Ls)	Number	Sum (Ls)
<i>Projets</i>				
Littérature	107	142639,88	72	62 777*
Musique et Danse	143	282255,36	81	84131**
Théâtre	101	290280,65	57	58205
Cinématographie	54	272228,6	31	66425
Visual Arts et Photographie	152	355985,7	87	65565
Héritage Culturel	139	344362,49	94	76720
Culture Traditionelle	101	162804,66	56	50000
Projets Multidisciplinaires	171	333708,11	97	97154

	968	2184265,45	575	560 977
--	------------	-------------------	------------	----------------

Annual state support for film production 1996-2003 in Latvia (en euros)

	NATIONAL FILM CENTRE OF LATVIA		CULTURE CAPITAL FOUNDATION OF LATVIA		TOTAL	
	1996	261 890	451 535	-	-	261 890
1997	641 824	1 106 593	-	-	641 824	1 106 593
1998	682 070	1 175 983	85 577	147 547	767 647	1 323 529
1999	554 551	956 122	226 424	390 386	780 975	1 346 509
2000	520 456	897 338	254 000	437 931	774 456	1 335 269
2001	580 602	1 002 241	170 500	304 464	824 300	1 421 207
2002	630 103	1 125 183	495 000	883 929	1 125 103	2 009 112
2003	630 322	1 131 675	500 000	819 672	1 190 322	1 951 347

5. L'AUTORITE DE REGULATION DE L'AUDIOVISUEL

Le **Conseil national de la radio et de la télévision** est une autorité administrative indépendante créée pour garantir la liberté de communication. Elle doit représenter l'intérêt général dans le secteur audiovisuel en vérifiant que les diffuseurs respectent la loi et le principe de liberté d'expression.

Le **Conseil national de la radio et de la télévision** a le pouvoir de contrôler l'ensemble des acteurs publics et privés.

La planification et la gestion des fréquences relèvent de l'Inspection des télécommunications, au sein du ministère des Transports (concernant l'allocation des fréquences et l'attribution des licences, voir le chapitre 4.1.2).

5.1. Statut

Conseil national de la radio et de la télévision (NRTP)
Texte fondateur : loi du 24 août 1995 Mise en place effective : 28 septembre 1995
Nombre de membres : 9
Durée du mandat : 4 ans – reconductible : 1 fois
Mode de nomination : par le Parlement (Saeima) ; 3 membres au maximum peuvent appartenir à la même formation politique ; un membre doit être proposé par au moins 5 membres de la Saeima Le Conseil est renouvelé tous les 2 ans
Désignation du président : par les membres du Conseil
Révocation des membres : possible pour infraction grave à la loi, absence sans justification pendant une période de trois mois à plus de la moitié des réunions du Conseil
Incompatibilité pendant la durée du mandat avec l'appartenance au Parlement, au Gouvernement, à un parti politique, la détention d'intérêt dans le secteur audiovisuel A l'issue du mandat : non

L'actuel président du Conseil est Ojars Rubenis, ancien journaliste et professionnel de la télévision.

Le Conseil établit ses procédures et règles internes de fonctionnement.

5.2. Compétences

Pouvoir normatif

Le Conseil est chargé de préparer le programme de développement des médias audiovisuels permettant la réception d'une diversité de programmes sur l'ensemble du territoire. Ce programme doit anticiper les évolutions du secteur et recommander la politique répondant le mieux aux intérêts nationaux. Une attention particulière doit être apportée au renforcement de la radio et de la télévision publiques.

Le Conseil a le pouvoir :

- **de prendre des décisions d'application de la loi** dans ses champs de compétence, par exemple concernant les modalités de contrôle des radiodiffuseurs et la méthodologie de protection de l'enfance,
- **de définir le « service public » (national remit).** Celui-ci correspond à la somme des programmes répondant aux objectifs fixés par la loi, qui ne relèvent pas de l'activité commerciale des opérateurs privés et qui reçoivent un financement, dans les buts suivants : informer, promouvoir la culture et la langue nationales, refléter l'activité des différentes autorités publiques, répondre aux besoins d'éducation (religieuse, scientifique, culturelle) en particulier des enfants, diffuser des programmes sur la vie et la culture des minorités ethniques, diffuser les campagnes électorales. Le « service public » doit être défini sur la base d'études approfondies des attentes des auditeurs et téléspectateurs ; il est fourni principalement par la radio et la télévision publiques avec lesquelles le Conseil a conclu un accord général d'une durée de cinq ans pour la mise en œuvre de ces missions,
- dans la limite de 15 % du financement total du « service public », de passer des contrats avec d'autres diffuseurs pour sa fourniture,
- de réduire le temps de publicité autorisée pour certains programmes du « service public » (national remit),

Pouvoir de contrôle des concentrations et de la propriété des médias

Le Conseil a la mission spécifique de favoriser le développement pluraliste et équilibré du secteur audiovisuel et d'empêcher la constitution de monopoles. Il contrôle le respect des dispositions législatives relatives à la concentration et à la propriété des médias.

Pouvoir d'attribution des licences (au sens large, il peut s'agir d'autorisations ou de permis)

Le Conseil attribue les licences aux opérateurs privés, après appel d'offres pour les services terrestres.

Pouvoir d'attribution des licences

ACTIVITE CONSIDEREE	OUI	NON
Services diffusés par voie terrestre	X	
Services distribués par câble	X	
Services diffusés par satellite	X	
Câblo-opérateurs	X	
Opérateur de satellite		X

Le Conseil tient un registre de tous les opérateurs titulaires de licences ou permis.

Les titulaires de licences sont à nouveau enregistrés chaque année, sur la base du bilan d'activité qu'ils fournissent au Conseil et de paiement de la redevance due.

Compétences en matière de contrôle des programmes

SUJET	OUI	NON
Respect des textes et obligations en général	X	
Respect de la licence et des décisions du Conseil	X	
Pluralisme	X	
Déontologie de l'information	X	
Campagnes électorales radio-télévisées	X	
Contenu européen et national	X	
Publicité, parrainage, téléachat	X	
Protection de l'enfance	X	
Exercice du droit de réponse	X	

Des relevés des programmes diffusés sont remis au Conseil. Celui-ci vérifie la conformité des programmes à la loi également par l’instruction des plaintes du public.

Le Conseil contrôle également la conformité de la qualité technique des programmes.

Le Conseil était jusqu’à présent très démuni pour assumer effectivement sa mission de contrôle. Il est en train de se doter des équipements et procédures nécessaires. Il a installé un centre de « monitoring », qui a commencé à fonctionner sur une base expérimentale fin juin 2003 et doit fonctionner normalement à partir d’octobre. Deux collaborateurs supplémentaires doivent être recrutés à cette fin.

Pouvoirs sur la télévision et la radio publiques

Le Conseil détient d’importants pouvoirs sur le secteur public audiovisuel.

Il représente l’Etat actionnaire des sociétés nationales de radio et de télévision. Il approuve les statuts de la radio et de la télévision publiques, en **nomme les directeurs généraux**, approuve la composition de leurs conseils d’administration et établit les comités de gestion. La création de filiales est soumise à son approbation.

Sanctions

MODE D’INTERVENTION	OUI	NON
Avertissement	X	
Amende	X ²⁴	
Suspension de la licence	X	
Retrait de la licence		

La suspension est possible pour des manquements substantiels à la licence et à la loi, pour une durée maximale de 7 jours. Le retrait correspond essentiellement aux cas de non-émission.

Le Conseil a pris un certain nombre de sanctions : avertissement et suspension du programme.

Le problème majeur est qu’il ne disposait pas, jusqu’à très récemment, du pouvoir d’imposer des amendes. Le pouvoir politique était en effet réticent à

²⁴ Depuis des modifications législatives du 15 mai 2003

donner une telle compétence à un organisme indépendant. Toutefois, un amendement législatif a été voté en ce sens le 15 mai 2003, motivé par la nécessité de doter l'autorité de régulation de moyens de contrôle et de sanction efficace, dans le contexte de la prochaine entrée dans l'Union.

Le Conseil peut également déférer devant les tribunaux les infractions constatées.

Autres pouvoirs et spécificités

Le Conseil est chargé des autres missions suivantes :

- conduire des études dans le domaine des médias électroniques,
- entretenir des relations internationales,
- étudier les demandes et réactions du public,
- mener une politique d'information sur le secteur et publier un rapport annuel.

5.3. Moyens

BUDGET
Montant annuel : environ 500 000 euros
Origine : budget de l'Etat
PERSONNEL
Nombre de collaborateurs : 13

Le Conseil dispose d'un Secrétariat. Il publie chaque année son bilan financier.

5.4. Bilan

Le Conseil dispose d'un champ de compétences étendu et cohérent.

Les radiodiffuseurs en place ont reçu leur licence du Conseil, qui à partir de 1996 a procédé au réenregistrement des opérateurs préexistants et à la conduite d'appels à candidatures. **Il a le pouvoir de contrôler l'ensemble des programmes publics et privés.**

Ses moyens ont été insuffisants pour assumer de manière satisfaisante la globalité de ses missions. Selon ses propres dires, **c'est en matière de contrôle que la situation était la plus problématique, mais le Conseil vient de renforcer ses moyens dans ce domaine.** Deux problèmes seraient

particulièrement récurrents, la publicité clandestine et la diffusion de scènes de violence.

Ce handicap a été partiellement pallié dans le domaine des sanctions. Le Conseil a préparé un projet d'amendement législatif le dotant du pouvoir d'imposer des amendes aux radiodiffuseurs, jusqu'à un maximum d'environ 8 000 euros. Le 10 avril 2003, le Parlement a adopté un amendement en ce sens au code des infractions administratives. Puis, l'amendement nécessaire à la loi sur la radio et la télévision a été voté le 15 mai 2003. **Le Conseil peut maintenant adopter un texte sur les conditions et modalités de mise en œuvre de ces sanctions.**

On peut noter que cette disposition a été plus contestée au sein du Parlement réticent à donner ce type de pouvoir à une autorité administrative, que par les opérateurs eux-mêmes.

A l'égard du secteur public, le Conseil se trouve dans une position ambiguë, puisqu'il doit en assurer à la fois la « tutelle » et le contrôle. Bien que cette situation n'ait pas donné lieu jusqu'à maintenant à des problèmes particuliers ni à de fortes contestations, elle est potentiellement porteuse de conflits d'intérêts et l'ensemble des acteurs – dont le Conseil lui-même – considèrent qu'elle doit être modifiée. **Il est donc projeté de créer un nouveau Conseil de la radio-télévision publique**, chargé spécifiquement d'exercer les fonctions d'actionnaire. *Pour plus de développements, cf. partie 6.* En outre, le mode de nomination des membres prévu pour ce nouveau Conseil, à savoir élection par le Parlement, sur proposition d'au moins 20 parlementaires, pourrait être étendu au Conseil de la radio et la télévision, dont les membres sont actuellement proposés par 5 parlementaires seulement.

Le Conseil a adopté en début d'année 2003, conformément à la mission qui lui est confiée par la loi, le « **national concept** » (ou plan de développement de son action vis-à-vis du secteur) après concertation avec les acteurs. Les axes principaux sont les suivants :

- soutenir les stations de radio locales lettones (par rapport à celles qui reprennent des programmes russes) ;
- vérifier le respect de la législation sur les droits d'auteurs à l'occasion de l'attribution des licences ;
- mettre en place les matériels de monitoring et une méthodologie de contrôle ;
- résoudre la situation de conflit d'intérêt à l'égard du secteur public dans laquelle se trouve le Conseil.

6. GRANDS ENJEUX ET DEBATS ACTUELS

En ce qui concerne le marché audiovisuel letton caractérisé par sa taille restreinte et de faibles ressources, **l'enjeu essentiel est le niveau du taux de croissance**. Seuls une croissance forte et un marché publicitaire dynamique pourront apporter des progrès structurels, tels que :

- le respect du cadre juridique, en particulier dans les domaines de la publicité et du parrainage,
- l'amélioration des programmes de la télévision publique,
- le développement de la production locale.

Dans ce contexte, le débat sur le financement du secteur public intéresse bien sûr tous les acteurs. Quant aux pouvoirs publics, leur principale préoccupation porte sur la préservation de la langue nationale.

6.1. *La réforme du secteur public*

Le secteur audiovisuel public souffre principalement d'un problème de financement. Il échappe, par contre aux problématiques fréquemment rencontrées dans d'autres pays, concernant la dépendance à l'égard du pouvoir politique liée aux questions statutaires.

6.1.1. Le sous-financement du secteur public

Avec un budget à peine supérieur à 20 millions d'euros en 2002, provenant de manière à peu près égale de ressources publiques (53%) et commerciales (47%), **le secteur audiovisuel public** qui comporte deux chaînes de télévision et cinq programmes radiophoniques (cf. présentation dans partie 2) **est notoirement sous-financé**.

Cette situation ne résulte pas d'un effondrement de l'audience et des recettes publicitaires du groupe public suite au développement de la concurrence commerciale, comme cela peut être constaté dans certains pays, mais de l'insuffisance des ressources publiques.

En effet, avec une part d'audience stabilisée à environ 17% depuis plusieurs années, la télévision publique reste un acteur très puissant du marché et parvient à capter plus du tiers du marché publicitaire, sur lequel il se montre particulièrement agressif.

Par contre, **les ressources publiques ont été maintenues au même niveau en monnaie courante depuis 1995**. La loi traduisait pourtant l'intention de garantir un financement sain pour le secteur public, puisqu'il y était mentionné que le financement public ne pouvait pas baisser d'une année à l'autre, tout en tenant compte de l'inflation. Toutefois, les difficultés des finances publiques ont conduit à supprimer cette dernière mention.

La création d'une redevance est débattue depuis plusieurs années. Le Conseil de la radio et de la télévision plaide particulièrement pour cette réforme et préconise un financement du secteur public en trois parts équilibrées, provenant de la redevance, de subventions de l'Etat et des recettes commerciales, opinion partagée par les sociétés publiques elles-mêmes.

Cette possibilité a été beaucoup évoquée au Parlement en 2002. Mais il s'agissait d'une année électorale, contexte défavorable à la création d'une nouvelle taxe. Tout en ayant conscience de la crise financière du secteur public, le nouveau Parlement ne semble pas très enclin à établir la redevance. Il y a bien sûr l'aspect économique d'une telle réforme, mais aussi l'aspect psychologique : comment faire comprendre à la population qu'elle doit payer pour un service qui a toujours été gratuit, et dont la qualité est contestée ?

Ainsi, la plupart des acteurs, y compris les radiodiffuseurs privés, semblent résignés à voir perdurer, en tout cas à court et moyen terme la situation actuelle.

Alors qu'il y a un certain consensus sur les **missions de la télévision publique**, telles qu'elles ont fixées dans la loi, **l'insuffisance de ses ressources ne lui permet pas de les remplir de manière satisfaisante**. Pour qu'elle y parvienne, le Conseil estime que son budget devrait être quatre fois plus important. La **qualité de la radio publique** qui est mieux financée et dont les charges sont moins lourdes, **est par contre unanimement reconnue**.

6.1.2. Le projet de modification institutionnelle

L'organisation structurelle actuelle du secteur public pose le problème du double rôle du Conseil de la radio et de la télévision : représentant de l'Etat actionnaire et à ce titre responsable de la gestion des sociétés nationales de télévision et de radio et de la nomination de leurs dirigeants, d'une part ; autorité de contrôle de l'ensemble du secteur audiovisuel, d'autre part.

Il est donc prévu de résoudre ce « conflit d'intérêt » en **instituant un nouveau Conseil de la radio et la télévision publique**, qui assumerait les fonctions liées

à la situation d'actionnaire, l'actuel Conseil conservant la plénitude de ses pouvoirs de contrôle et de régulation du secteur.

Les membres de ce nouveau Conseil qui seraient élus par le Parlement, devraient être désignés par au moins 20 parlementaires. L'élargissement de la base de nomination du Conseil (les membres du Conseil actuel doivent être désignés par 5 parlementaires) garantirait sa neutralité politique.

On doit souligner cependant que le débat sur la politisation des différentes instances administratives et de la télévision publique est peu présent en Lettonie.

Cette réforme devrait être débattue au Parlement, et probablement adoptée, d'ici la fin de l'année. Elle fait l'objet d'un consensus de la part de l'ensemble des acteurs du secteur ; la télévision publique craint cependant d'avoir à supporter les inévitables charges liées à cette nouvelle instance...

6.2. La préservation de la langue nationale

Compte tenu des mouvements massifs de déportation, d'émigration et d'immigration pendant les occupations allemande et soviétique, **la composition de la population lettone a été profondément modifiée pendant le XXème siècle.** Alors que les Lettons représentaient 77% de cette population en 1935, ils n'étaient plus que 52% en 1989.

Au lendemain de l'indépendance retrouvée, la restauration de la Nation lettone passait donc par la préservation de la langue nationale. En même temps, Etat démocratique la Lettonie se voulait respectueuse des droits des minorités.

Selon la source officielle de l'Institut letton, la **composition démographique par nationalités** était la suivante en 2000 :

	En %
Lettons	57,6
Russes	29,6
Biélorusses	4,1
Ukrainiens	2,7
Polonais	2,5
Lituanais	1,4
Autres	2,1

La Lettonie a donc conduit une double politique dans le secteur audiovisuel, - de défense de la langue nationale, notamment par une limitation à 25% de la part maximale en langue étrangère des services hertziens de radio et de télévision, - et de diffusion de **programmes destinés aux minorités** par la télévision et la radio nationales.

*Reporters sans frontières*²⁵ relève ainsi dans son rapport annuel 2002 : « Dix ans après l'indépendance, la liberté d'information bénéficie désormais à toutes les communautés linguistiques du pays. »

Cependant, **une récente décision de la Cour Constitutionnelle vient remettre en cause ce fragile équilibre**. Elle a en effet déclaré « contraire à la liberté d'expression » la barrière des 25%.

Or, les russophones ont toujours revendiqué une place plus importante dans les médias et sur le plan du marché, la tendance économique leur serait favorable.

Dans le secteur radiophonique, les stations contournaient cette règle des 25%, par exemple en diffusant les programmes en letton la nuit et de nombreuses stations privées sont approvisionnées quasi-gratuitement en programmes russes, les radios lettones étant victimes de cette distorsion de concurrence. Dans le secteur télévisuel, bien qu'ayant été transférée sur le câble et le satellite, la télévision russe reste très puissante et plusieurs analystes du marché considèrent qu'il y a une demande, tant de la part des téléspectateurs que des annonceurs, pour davantage de programmes russes en diffusion hertzienne.

Les pouvoirs publics doivent maintenant trouver de nouveaux moyens pour poursuivre leur politique de défense de la langue nationale. Les parlementaires considèrent que, seulement douze ans après l'indépendance, cette question de la langue ne peut être laissée aux lois du marché et cherchent une nouvelle solution législative.

C'est probablement par la voie des licences délivrées par le Conseil de la radio et la télévision après appels à candidatures et au vu des projets éditoriaux que les programmes en letton pourront être promus. De même, le Conseil devrait renforcer son contrôle sur le contenu des programmes diffusés.

²⁵ www.rsf.fr

7. SYNTHÈSE CONCLUSIVE

7.1. *Marché*

La population lettone jouit de **taux d'équipement en biens audiovisuels proches de ceux observés dans les pays occidentaux, mais encore faibles en ce qui concerne les nouvelles technologies.**

Malgré une croissance soutenue, l'économie audiovisuelle lettone reste la plus faible des pays candidats, Malte exclu.

Les investissements publicitaires sont de loin la première ressource du secteur audiovisuel en Lettonie. Mais la structure du marché publicitaire, dominé par le groupe public, est contestée par les acteurs privés. L'idée d'introduire une redevance, pour l'instant rejetée par la population, est toujours en débat mais se trouve dans une impasse : la piètre qualité des programmes du groupe public contribue au rejet d'une participation financière directe des Lettons ; or c'est précisément l'étroitesse de ses revenus qui empêche la télévision publique d'améliorer la qualité de son contenu...

Le paysage audiovisuel letton est dominé par un acteur local, le groupe public LTR présent en télévision à travers deux chaînes et en radio à travers cinq stations, et dont le financement est mixte (ressources publiques / recettes publicitaires). **Deux principaux opérateurs étrangers émergent** par ailleurs : le groupe polonais **POLSAT** et le groupe **MTG**, qui contrôlent les deux chaînes de télévision privées les plus puissantes. En revanche, sur ce marché de taille restreinte, il n'existe aucun acteur local privé significatif.

La télévision, qui génère près des deux tiers des recettes de l'audiovisuel letton, est de loin le média dominant. Il se caractérise par une concurrence assez importante entre cinq chaînes. En dépit de cette concurrence importante, le marché de la production télévisuelle lettone est restreint et fragmenté. Il souffre de l'insuffisance de l'aide publique, de la faiblesse globale des ressources du secteur et du poids des productions étrangères dans les grilles de programmes des chaînes de télévision lettones, notamment sur les deux chaînes privées les plus puissantes.

Le marché de la radio représente 28% des ressources du secteur audiovisuel. **Ce poids de la radio est le plus élevé parmi les pays candidats. Le pôle public, qui contrôle les deux stations leaders en terme d'audience, domine le marché.** Mais le poids de ce groupe reste réduit sur le marché publicitaire, dont

près de 40% des investissements se concentrent sur la chaîne privée SWH, pourtant peu puissante en audience (moins de 10% de part d'audience).

Le marché du cinéma letton se caractérise par un réseau de salles limité et une production locale quasiment inexistante. Malgré la présence d'une trentaine de studios locaux de production cinématographique, le nombre de films réalisés en Lettonie reste insignifiant et le marché est très largement dominé par la production américaine. Il ne semble pas que la solution puisse venir de financements publics. Dans les années à venir, l'ouverture de multiplexes pourrait développer le marché de l'exploitation cinématographique.

Le marché de l'Internet en Lettonie est particulièrement peu développé, tant en terme d'utilisation qu'en terme publicitaire.

7.2. Politiques publiques

La mise en place du **cadre juridique audiovisuel letton** s'est déroulée en **deux phases**. Les premières lois sur les médias, la radio et la télévision ont été adoptées assez rapidement après l'indépendance en Lettonie, entre **1990 et 1995**.

Dans cette **première période de libéralisation des ondes, le secteur privé s'est mis en place dans une certaine anarchie** (licences de radiodiffusion commerciale attribuées sans critères d'attribution prédéterminés, moyens de contrôle insuffisants,...).

La loi sur la radio et la télévision du 24 août 1995, qui a mis en place le **cadre légal du développement du secteur** et créé dans leur forme actuelle la **radio et la télévision publiques lettones**, et le **Conseil national de la radio et de la télévision**, a marqué le **début d'une seconde période, de régularisation du paysage audiovisuel**.

La mise en oeuvre de la législation sur les droits d'auteur (votée en 1993) pose encore problème : les négociations entre l'unique agence de perception des droits d'auteur et les radiodiffuseurs (tant publics que privés) sont bloquées, ces derniers refusant d'acquiescer le montant demandé par l'agence.

Le **Parlement**, le **ministère de la Culture**, qui dispose de faibles moyens, et le **Conseil national de la radio et de la télévision** sont responsables des politiques publiques dans le secteur audiovisuel. Concernant les questions techniques de l'audiovisuel, elles relèvent du ministre des transports.

Au niveau de l'organisation du marché, **la loi prévoit des limites anti-concentration relativement souples et qui ne sont pas contestées.** Il n'y a pas de limitation capitalistique, ni de règle relative à la propriété des médias, qu'il s'agisse d'investisseurs nationaux ou étrangers.

Dans le domaine culturel, la préoccupation principale concerne **l'emploi de la langue lettone, dans le respect du droit des langues minoritaires,** principalement le russe. Cette préoccupation fait notamment l'objet de mesures spécifiques concernant l'audiovisuel public.

Le thème du **financement de l'audiovisuel public** est un sujet de débat majeur. **Les fonds publics sont les mêmes depuis 1995 en monnaie courante, ce qui signifie qu'ils ont en fait régressé.**

L'instauration d'une **redevance** est débattue depuis plusieurs années mais n'a pour le moment pas été décidée par les pouvoirs publics qui ne veulent pas imposer cette charge à la population.

En ce qui concerne le contenu des programmes, quelques règles vont au-delà de la directive TSF.

La loi lettone stipule que **40% des œuvres européennes diffusées doivent être produites en letton.** En ce qui concerne la production indépendante, **10% du temps de diffusion** doivent être consacrés à des **productions indépendantes.**

La loi prévoit un dispositif de **protection de l'enfance** ; un système de **signalétique** est en place.

Les restrictions en matière de **publicité** sont plus strictes que celles de la directive, notamment concernant l'alcool.

Il ne sera pas aisé d'amener les radiodiffuseurs, privés et publics, à respecter la réglementation publicitaire, tant que leurs ressources ne seront pas significativement supérieures.

Par rapport aux autres pays baltes, la Lettonie se singularise par la **sphère de compétences complète et les moyens de l'autorité de régulation de l'audiovisuel. Conseil de la radio et de la télévision, qui dispose d'un champ de compétences étendu et cohérent.** Ces moyens, qui étaient jusqu'à présent très lacunaires, tant sur le plan juridique que matériel, dans les **domaines du contrôle et des sanctions,** viennent d'être renforcés.

A l'égard du secteur public, le Conseil se trouve dans une position ambiguë, puisqu'il doit en assurer à la fois la « tutelle » et le contrôle. Il est donc projeté de créer **un nouveau Conseil de la radio-télévision publique**, chargé spécifiquement d'exercer les fonctions d'actionnaire.

7.3. Conclusion

La Lettonie est, du point de vue audiovisuel, le moins développé des pays candidats. Cette donnée n'est pas propre au secteur audiovisuel, mais liée au niveau global de l'économie lettone. Ce pays est en effet l'un de ceux où le niveau de vie par habitant est le plus faible, et seuls des groupes étrangers paraissent en mesure de générer des investissements importants.

Dans ce contexte, **le paysage télévisuel et radiophonique est déjà bien diversifié.**

Etant donnés les problèmes économiques et sociaux de la Lettonie, l'audiovisuel n'est pas une priorité des pouvoirs publics et la création de la redevance, évoquée depuis longtemps, a peu de chances d'aboutir prochainement. En revanche, **la sauvegarde de la langue lettone est un enjeu crucial de la législation audiovisuelle.** En effet, celle-ci a manqué de disparaître et la Russie continue de vouloir exercer son influence dans cette ancienne République soviétique à forte minorité russophone et potentiel pont vers l'Europe communautaire.

Dans ce contexte, **la suppression de limitations à l'emploi de langues étrangères dans les programmes de radio et de télévision qui pourrait bouleverser le marché est hautement improbable.** Même si la disposition législative imposant un maximum de 25% de langue étrangère se trouve remise en cause par une décision de la Cour constitutionnelle, d'autres modalités vont certainement être utilisées.

Cet enjeu de la langue domine largement celui de la production nationale, tant cinématographique qu'audiovisuelle, dont le développement est nécessairement tributaire de la progression des ressources des télévisions.

A horizon de quatre à cinq ans, l'introduction de la télévision numérique terrestre pourra conduire à remodeler le paysage audiovisuel. **A plus court terme, rien ne laisse présager de bouleversements majeurs du secteur audiovisuel.** Sous réserve de la poursuite d'un bon niveau de croissance, les

différents segments du marché devraient se développer, les pratiques des acteurs se régulariser et leur situation économique se consolider.

Les mêmes effets sont attendus de l'entrée dans l'Union.

8. ANNEXES

8.1. Sources

8.1.1. Références bibliographiques

- *Systèmes de radio et télévision en Europe*, chapitre Lettonie par Ojars Skudra, Observatoire européen de l'audiovisuel
- *The development of the audiovisual landscape in central Europe since 1989*, chapitre Lettonie par Aldis Paulins et Linda Liepna, European Commission
- *Vers l'union élargie*, rapport de la Commission européenne sur les progrès réalisés par chacun des pays candidats sur la voie de l'adhésion – octobre 2002
- *Enlargement of the European Union, Guide to the negotiations chapter by chapter*, Commission européenne – décembre 2002

8.1.2. Sites Internet

- www.nrtp.lv
- www.epra.org
- www.europa.eu.int
- www.eurolib.com
- www.dree.org
- www.info-europe.fr
- www.obs.coe.int
- www.diploweb.com
- www.sprk.gov.lv

8.1.3. Entretiens

- APSITIS Andrejs – Directeur adjoint du Centre national du film, représentant Eurimages
- BLOMNIECE Sanita – Conseil national de la radio et de la télévision, département des relations internationales
- BUCENIECE Dace - juriste, National Broadcasting Council
- DRUVIETE Ina - Députée, présidente du Human Rights and Public Affairs Committee of the Saeima
- EKIS Andrejs – Managing Director LNT
- KRAUJINA Sandra – Directrice marketing Baltcom

- KUSKIS Aldis - Député, membre du sous-comité de la Radio et de la Télévision (au sein du Human Rights and Public Affairs Committee of the Saeima)
- LAIVENIECE Simona – President, Latvian Broadcasting Association
- LIELPETERS Uldis - sous-secrétaire d’Etat, ministère de la Culture
- LIEPINS Zigmars – Managing director, radio SWH
- LIETUNA Baiba – Directeur de Carat Baltic en Lettonie
- MELLAKAULS Andris – Membre du Conseil national de la radio et de la télévision, relations internationales, secteur de la radio
- OSLEJA Zinta - Latvian Television, responsable des relations internationales
- OZOLA Lelda – Media Desk Latvia, responsable des relations internationales du Centre National du Film
- OZOLINS Kaspars – Managing director TV3
- RIETUMA Dita – cinematography expert
- ROZENBERGS Andris - expert cinéma, responsable du registre public au Centre National du Film
- SLAPINS Ilmars - membre du National Broadcasting Council, secteur de la télévision publique
- SMITS Didzis – Ambassade de Lettonie à Paris, Troisième secrétaire
- TISKINA Janina – Responsable des relations internationales ; ministère de la Culture
- SVILANS Ivars - Press secretary of Latvian Radio
- VEIKSA Ingrida - Latvian Television, responsable du service juridique

8.2. Liste des accords de coopération culturelle

- Agreement on Co-operation in the Fields of Culture, Education and Science between the Government of the Republic of Latvia and the Government of the Republic of Cyprus 08.03.2001
- Agreement between the Government of the Republic of Latvia and the Government of the Republic of Croatia on Cultural Cooperation 22.10.1999
- Agreement between the Government of the Republic of Latvia and the Government of the Czech Republic on Cooperation in the Field of Culture 10.05.1999
- Agreement between the Government of the Republic of Latvia and the Government of the Hellenic Republic on Co-operation in the Fields of Culture, Education and Science 17.03.1999

- Agreement between the Government of the Republic of Latvia and the Government of the Republic of Slovenia on Cooperation in the Fields of Culture, Education and Science 05.03.1998
- Agreement between the Government of the Republic of Latvia and the Government of the Italian Republic on Co-operation in the Fields of Culture, Science and Technology 23.10.1996
- Agreement on Cultural, Scientific and Educational Cooperation between the Government of the Republic of Latvia and the Government of the Republic of Hungary 06.03.1997
- Agreement between the Government of the Republic of Latvia and the Government of the Socialist Republic of Vietnam on Cultural and Scientific Cooperation 29.10.96
- Agreement between the Government of the Republic of Latvia and the Government of the Italian Republic on Co-operation in the Fields of Culture, Science and Technology 23.10.1996
- Agreement between the Government of the Republic of Latvia and the Government of the Republic of Finland on Co-operation in the Fields of Culture, Education and Science 10.09.1996
- Cultural and Educational Cooperation Agreement between the Government of the Republic of Latvia and the Government of the People's Republic of China 02.09.1996
- Agreement between the Government of the Republic of Latvia and the Government of Ukraine on Co-operation in the Fields of Education, Science and Culture 21.11.1995
- Cooperation Agreement between Flanders and the Republic of Latvia 05.03.1996
- Agreement between the Government of the State of Israel and the Government of the Republic of Latvia in the Fields of Education, Culture and Science 04.04.1996
- Agreement between the Government of the Republic of Latvia and the Government of the United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland on Cooperation in the Fields of Education, Science and Culture 22.11.1995
- Agreement between the Government of the Republic of Latvia and the Government of Ukraine on Co-operation in the Fields of Education, Science and Culture 21.11.1995
- Memorandum of Understanding on Cooperation between the Government of the Republic of India and the Government of the Republic of Latvia in the Spheres of Culture, Arts, Education, Science, Mass-media and Sports 01.09.1995

- Agreement between the Government of the Republic of Latvia and the Government of the Federal Republic of Germany on Cultural Co-operation 20.04.1993
- Agreement between the Government of the Republic of Latvia and the Government of the Republic of Poland on Co-operation in the Fields of Culture, Education and Science 01.07.1992
- Agreement between Latvia and Overijssel 12.1990