

ESTONIE

**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	6
1.1. Chiffres-clefs	6
1.2. Histoire récente	7
1.2.1. Contexte historique	7
1.2.2. Contexte institutionnel et politique	8
1.2.3. L'Estonie et l'Union européenne	9
1.3. Grandes étapes de la constitution du paysage audiovisuel	10
2. PRESENTATION DU PAYSAGE AUDIOVISUEL	11
2.1. Les données de cadrage	12
2.1.1. L'équipement des foyers	12
2.1.2. Les ressources du secteur	12
2.2. Les principaux acteurs de l'audiovisuel	15
2.2.1. SKY MEDIA	16
2.2.2. EESTI TELEVISIOON (ETV) - EESTI RAADIO	16
2.2.3. MTG (MODERN TIMES GROUP)	16
2.2.4. TELE 2	17
2.3. Les diffuseurs de contenus	17
2.3.1. La télévision	17
2.3.2. La radio	21
2.3.3. Le cinéma	24
2.3.4. Les nouveaux médias	28
2.4. La production de contenus	29
2.4.1. La production cinématographique	29
2.4.2. La production télévisuelle	29
2.5. Les organisations professionnelles de l'audiovisuel	30
3. POLITIQUES PUBLIQUES : ORGANISATION INSTITUTIONNELLE ET TEXTES DE BASE	34
3.1. Cadre national	34
3.2. Accords internationaux	35
3.2.1. OMC	35
3.2.2. Accords et programmes européens	35
3.2.3. Accords de coopération culturelle	37
3.2.3.1. Présentation générale	37
3.2.3.2. Institutions en charge de la coopération culturelle extérieure	37

3.2.3.3.	Priorités géographiques et sectorielles _____	38
3.2.3.4.	Exemples concrets de coopération culturelle _____	38
4.	<i>CADRE JURIDIQUE DE LA COMMUNICATION AUDIOVISUELLE</i>	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 _____	40
4.2.	Contrôle des opérateurs privés _____	41
4.3.	Le secteur audiovisuel public _____	41
4.3.1.	Organisation _____	41
4.3.2.	Missions _____	42
4.3.3.	Financement _____	42
4.4.	Contenu des programmes _____	43
4.4.1.	Obligations d'ordre général _____	43
4.4.2.	Œuvres audiovisuelles _____	44
4.4.3.	Protection de l'enfance _____	46
4.4.4.	Diffusion des événements d'importance majeure _____	46
4.5.	Publicité, parrainage et téléachat _____	47
4.6.	Le soutien à la production _____	47
5.	<i>L'AUTORITE DE REGULATION DE L'AUDIOVISUEL</i> _____	51
5.1.	Statut _____	51
5.2.	Compétences _____	52
5.3.	Moyens _____	52
5.4.	Bilan _____	52
6.	<i>GRANDS ENJEUX ET DEBATS ACTUELS</i> _____	54
6.1.	Le respect de l'acquis communautaire _____	54
6.1.1.	Les mesures de promotion des œuvres européennes _____	54
6.2.	L'avenir du secteur public _____	55
6.2.1.	Financement _____	55
6.2.2.	Structure _____	55
6.3.	La refonte du système de régulation _____	56
7.	<i>SYNTHESE CONCLUSIVE</i> _____	57
7.1.	Marché _____	57
7.2.	Politiques publiques _____	59
7.3.	Conclusion _____	61

8. SOURCES	63
8.1. Références bibliographiques	63
8.2. Sites Internet	63
8.3. Entretiens	63

1. INTRODUCTION : DONNEES DE CADRAGE

1.1. Chiffres-clefs

Données clés

Population (1)	en millions	1,36
Superficie (1')	Km2	45 227
Monnaie (2)		kroon
Taux de change (2)		1 eek = 0,0639 €

Structure socio-démographique de la population (1)

Total	1 356 000
Nombre de femmes pour 100 hommes (en 2001)	116,8

0-14 ans	17,7%
15-24 ans	14,6%
25-49 ans	34,7%
50-64 ans	17,7%
65-79 ans	12,6%
80 ans et +	2,6%

Moins de 25 ans	32,3%
25-64 ans	52,4%

Population active en % de la population entre 15 et 64 ans (1)	max*	min*	max**	min**	
Population active	61,7%	68,5%	47,3%	74,5%	55,4%

Structure de la population active (2)	max*	min*	max**	min**	
Agriculture	6,0%	16,2%	3,3%	7,9%	0,7%
Industrie et construction	26,7%	41,4%	25,1%	35,9%	20,1%
Tertiaire	67,3%	70,2%	50,9%	79,2%	60,3%

Equipement (1')	max*	min*	max**	min**	
Réfrigérateur	92,9%	99,1%	21,6%	99,8%	62,6%
Lave-linge	91,0%	98,7%	15,3%	97,0%	76,1%
Lave-vaisselle	3,7%	35,4%	0,4%	56,8%	22,9%
Automobile	51,2%	97,7%	13,2%	83,0%	61%
Téléviseur	96,3%	99,7%	87,4%	100,0%	96,0%
Téléphone portable	69,3%	80,6%	4,6%	89%	37,6%
Ordinateur personnel	29,4%	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 en volume du PIB	7,3	6,5	6	
PNB global (2)	milliards de \$ US	4,89	5,13	6,3
PIB/tête d'habitant	EU 15 = base 100 =23 454 €	37,5	38,6	40,2
Taux d'inflation	en % évolution	3,9	5,6	3,6
Taux de chômage	en%	12,5	11,8	9,5
Balance des paiements (comptes courants)	Millions d'euros	NC	- 376	-846

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 (chiffres 2001)

(1') The european marketing book 2003

(2) Atlaséco 2003

1.2. Histoire récente'

1.2.1. Contexte historique

Après plusieurs dizaines d'années d'occupation soviétique, l'Estonie a regagné son indépendance le 20 août 1991 par décision du Soviet Suprême de la République d'Estonie. Le développement d'un large mouvement de contestation sous l'impulsion du Front Populaire d'Estonie (fondé en 1988), combiné à l'affaiblissement du régime soviétique, ont été les ferments d'une transition démocratique pacifique.

La formation d'une Assemblée constituante aboutit le 28 juin 1992 à l'acceptation par référendum de la nouvelle Constitution estonienne, empruntant aux régimes occidentaux les principes de la République parlementaire.

Depuis 1991 et le lancement de grandes réformes pour rompre définitivement avec le système planifié hérité de l'ex-URSS et entrer dans l'économie de marché, plusieurs gouvernements ont eu l'occasion de présider aux destinées du pays, soucieux à chaque fois d'entretenir l'élan réformateur de leurs prédécesseurs. Aussi, depuis 1991, les gouvernements appliquent-ils la même politique : un budget en équilibre, une monnaie stable, un commerce ouvert et des lois favorisant l'investissement. Il faut signaler toutefois que la recherche de l'équilibre entre politique sociale et économique s'est traduite à plusieurs reprises par un changement de majorité politique, consacrant le principe de l'alternance.

En octobre 1992, le libéral Lennart Meri est élu Président de la République. Le Premier ministre Tiit Vähi, qui a succédé en janvier 1992 à Edgar Savisaar en poste depuis 1990, est remplacé après 9 mois d'exercice par Mart Laar, de sensibilité politique libérale, à l'issue des élections législatives de septembre 1992, marquées par un fort taux d'abstention. Le Gouvernement ainsi constitué restera en place de 1992 à 1994, Mart Laar étant finalement congédié pour contenter une opinion devenue hostile à son « ultra-thatcherisme ». L'année 1994 est marquée par le départ des dernières troupes russes stationnées sur le territoire estonien.

¹ Sources : *Elargissement de la Communauté européenne, Country Profile, Estonia* (<http://europa.eu.int/comm/enlargement/lettonia/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/estonie>), *Ambassade d'Estonie à Paris* (<http://www.est-emb.fr/alamleht2.html>), *Conseil de l'Europe*, (<http://www.coe.int>)

Les élections législatives de mars 1995 consacrent le net recul dans l'opinion publique de l'idéologie ultra-libérale prônée par les gouvernements précédents. L'ancien Premier ministre Tiit Vähi (parti de la coalition) revient au pouvoir en formant une coalition de centre gauche avec deux autres partis. La minorité russophone du pays, mal-aimée, est enfin représentée au Parlement.

Le 20 septembre 1996, Lennart Meri est réélu à la présidence de la République d'Estonie. Le pays s'engage dans une négociation sans issue avec la Russie au sujet de frontières communes.

Le 21 septembre 2001, Arnold Rüütel devient le deuxième Président de la République d'Estonie.

L'année 2002 marque le retour à une certaine instabilité politique. Le 8 janvier, à la suite des nombreux désaccords qui se sont fait jour entre les différents membres de la coalition au pouvoir, le Premier ministre Marc Laar est contraint à la démission. La confrontation des différentes forces politiques en présence qui s'en est suivie a conduit Siim Killas, du parti de la Réforme (situé à droite de l'échiquier politique), au pouvoir. Cette nomination n'aurait néanmoins pas été possible sans l'appui du parti du Centre.

Les élections législatives de mars 2003 ont permis d'identifier de nouvelles tendances dans le paysage politique estonien avec l'émergence d'un parti volontiers populiste, mais fédérateur en ce qu'il promet de répondre aux attentes des laissés pour compte de la vague d'ultra-libéralisme des dix dernières années : ResPublica.

1.2.2. Contexte institutionnel et politique

La nouvelle Constitution adoptée par référendum en juin 1992 par l'Estonie met en place une démocratie parlementaire. Le Parlement est constitué d'une seule chambre, le Riigikogu. Il est composé de 101 membres élus pour 4 ans à la proportionnelle (avec un seuil minimal de 5 % pour obtenir des sièges). Le Parlement exerce le pouvoir législatif. Il partage son droit d'initiative avec le Président de la République (seulement pour les amendements à la Constitution) et le gouvernement.

Le Président de la République est élu par le Parlement pour une durée de 4 ans à la majorité des 2/3. Les compétences traditionnelles d'un chef de l'État lui sont attribuées.

Le Premier ministre est nommé par le Président et reçoit l'investiture du Parlement avant de former le gouvernement, lequel ne peut compter plus de 14 ministres. Le Président, à la demande du Premier ministre, a le pouvoir de destituer les ministres, qui sont aussi responsables devant le Parlement.

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 l'Estonie intégrera l'organisation en mars 2004. L'Estonie est par ailleurs membre du Conseil de l'Europe depuis 1993.

1.2.3. L'Estonie et l'Union européenne

Demande d'adhésion	24 novembre 1995
Signature de l'accord d'association	12 juin 1995
Ouverture des négociations	31 mars 1998
Référendum	14 septembre 2003
Adhésion	1^{er} mai 2004

L'Estonie est le huitième des dix pays invités par l'Union européenne à la rejoindre au 1^{er} mai 2004 dont la population a été consultée par la voie du référendum. Les résultats en ont été positifs, au-delà de ce que les sondages pouvaient laisser penser, avec une participation de 63% et une approbation à 66%.

1.3. Grandes étapes de la constitution du paysage audiovisuel

- 1989 : naissance du câblo-opérateur Levicom
- 1990 : création de deux organismes indépendants (ETV pour la télévision et ER pour la radio)
- 1992 : fin du monopole public avec l'octroi des premières licences de radiodiffusion à des sociétés privées
- 1992 : création de la chaîne privée russe Orsent TV (émet à Tallinn et dans le nord du pays)
- Novembre 1992 : adoption de la loi sur le droit d'auteur, modifiée en janvier 2000
- 1993 : lancement de la chaîne privée nationale Kanal 2
- 1993 : le ministère de la culture entame une politique de soutien à l'industrie cinématographique via une Commission spéciale d'experts
- Mai 1994 : adoption de la loi sur la radio et la télévision
- 1996 : lancement de la chaîne privée nationale TV3 (fusion ETV et RTV 2)
- 1996 : création de la Fondation estonienne du film en lieu et place de la Commission d'experts ministérielle
- 1997 : création de la chaîne régionale TV1
- 1997 : la chaîne publique ETV entame une politique d'acquisition et de coproduction
- 1997 : création de la Commission pour le soutien de la distribution des films (notamment étrangers)
- Janvier 1998 : ETV cesse de recourir à la publicité contre paiement compensatoire des chaînes privées TV1, TV3 et Kanal 2
- 1999 : ETV dénonce l'accord sur la publicité, les chaînes privées l'attaquent en justice et ETV ré-intègre le marché publicitaire
- 1999 : pour la 1ère fois, la chaîne privée TV3 dépasse la chaîne publique ETV)
- 1999 : TV1 devient chaîne nationale
- Décembre 1999 : renvoi très contesté du Directeur général d'ETV
- Décembre 2001 : vote d'une loi interdisant la publicité sur la chaîne publique ETV

2. PRESENTATION DU PAYSAGE AUDIOVISUEL

En dépit d'un niveau de vie relativement élevé, comparativement aux autres pays baltes candidats, **l'économie audiovisuelle estonienne est encore sous-développée par rapport à l'ensemble des autres pays candidats à l'entrée dans l'Union Européenne** : l'Estonie est ainsi le pays dont l'économie audiovisuelle est la plus faible, juste devant la Lettonie, avec un chiffre d'affaires global de 43,6 millions d'euros. Le chiffre d'affaires du secteur audiovisuel y est ainsi 60 fois inférieur à celui de la Pologne (pays le plus puissant).

Si l'équipement en biens audiovisuels de base (postes de télévision et de radio) s'est aujourd'hui généralisé à l'ensemble de la population, il n'en va pas de même pour les biens plus récents : ainsi, seule une proportion réduite d'Estoniens dispose de magnétoscopes ou d'ordinateurs. **Les ressources du secteur audiovisuel proviennent à 80% de la publicité et des ressources publiques.**

Le paysage télévisuel commence à se stabiliser autour de deux acteurs privés internationaux qui favorisent la **croissance des investissements publicitaires**, en dépit de la quasi-disparition de publicité dans le secteur public. Une récente loi interdit en effet les messages publicitaires sur la chaîne de télévision publique (et bientôt sur les stations de radios). **Les subventions publiques représentent ainsi une part élevée des ressources de l'audiovisuel estonien (34,4%).**

L'économie audiovisuelle estonienne est l'une des plus équilibrées des pays candidats : la télévision, bien que dominante dans l'économie audiovisuelle estonienne, ne représente en effet que 59% des ressources du secteur alors que ce poids atteint près de 80% en moyenne dans les autres pays. Les ressources générées par la radio sont relativement élevées avec 19% du chiffre d'affaires global du secteur. Le cinéma représente également une part significative en Estonie avec 13,5% des ressources totales du secteur.

Le marché publicitaire télévisé est très concentré, se répartissant entre trois chaînes privées. **L'audience, en revanche, reste assez fragmentée** : les quatre principaux acteurs (le groupe public ETV s'ajoutant aux trois précédemment cités) totalisent seulement 71% de part d'audience, le reste se répartissant entre de nombreuses chaînes thématiques internationales.

2.1. Les données de cadrage

2.1.1. L'équipement des foyers

Le marché estonien présente un niveau d'équipement particulièrement élevé en biens audiovisuels de base (postes de télévision et de radio).

Parmi les 582 089 foyers estoniens, 97% possèdent un téléviseur et 96% possèdent au moins un poste de radio. Le multi-équipement est assez développé avec 30% des foyers possédant plus d'un téléviseur. Le type d'équipement a évolué, puisque 83% des foyers sont désormais équipés de téléviseurs modernes avec télécommande, alors que les postes de l'ancienne Union Soviétique n'en disposaient pas.

En revanche, les magnétoscopes sont encore peu présents dans les foyers estoniens avec moins d'un tiers des foyers équipés. Le taux d'équipement en informatique est également faible : 17% des foyers disposent d'un ordinateur et 19% ont accès à Internet.

Equipement des foyers en biens et services audiovisuels en 2002

	Total	in %
Nombre de foyers	582 089	100%
Foyers avec télévision	564 626	97,0%
Foyers avec radio	558 805	96,0%
Foyers avec magnéscope	186 268	32,0%
Foyers avec ordinateur	98 955	17,0%
Foyers avec un accès Internet	110 000	18,9%

Source: Carat – Statistics Department 2000 et 2001 -
National readership Survey 2000 – Baltic Media Book 2001

2.1.2. Les ressources du secteur

Le marché audiovisuel estonien se caractérise par un poids important des ressources publiques (près de 40% du chiffre d'affaires total du secteur), ainsi que par l'importance économique du cinéma.

En dépit d'une forte progression sur les dix dernières années, **le marché publicitaire, première ressource du secteur, reste encore assez limité.** En

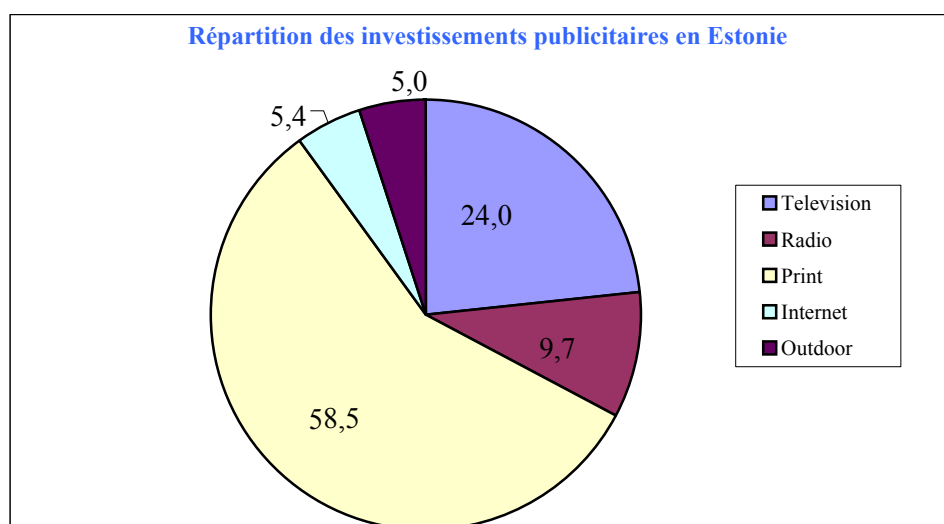
2002, les investissements tous médias confondus atteignent 52 millions d'euros net (133 millions d'euros bruts).

La presse écrite absorbe de très loin la plus grande part des investissements, comme c'est souvent le cas dans les pays nordiques, avec 58% de part de marché publicitaire en 2002. Les investissements réalisés en télévision ne représentent ainsi que 24% du marché publicitaire. La radio, malgré une position relativement forte avec 9,7% du total des investissements, se place en troisième position.

Répartition des investissements publicitaires nets en 2002

	INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES NETS EN 2002	INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES NETS EN 2002 (%)
Total des investissements publicitaires	52 024	100,0
Total des investissements publicitaires en télévision	12 486	24,0
Total des investissements publicitaires en radio	5 046	9,7
Total des investissements publicitaires en presse	30 434	58,5
Total des investissements publicitaires en cinéma	1 249	2,4
Total des investissements publicitaires en affichage	2 809	5,4
Premier annonceur	Procter&Gamble	

Source: Carat – Emor AdFacts 2002



Source: Carat – Emor AdFacts 2002

Les ressources publiques pèsent considérablement sur le marché audiovisuel estonien. Le budget alloué à l'ensemble des médias audiovisuels en 2002 s'élève à 15 millions d'euros ce qui n'est que très légèrement inférieur aux revenus publicitaires (19 millions d'euros). **Avec la Slovénie et la Slovaquie,**

L'Estonie est le pays candidat pour lequel le soutien de l'Etat à l'économie audiovisuelle est le plus important.

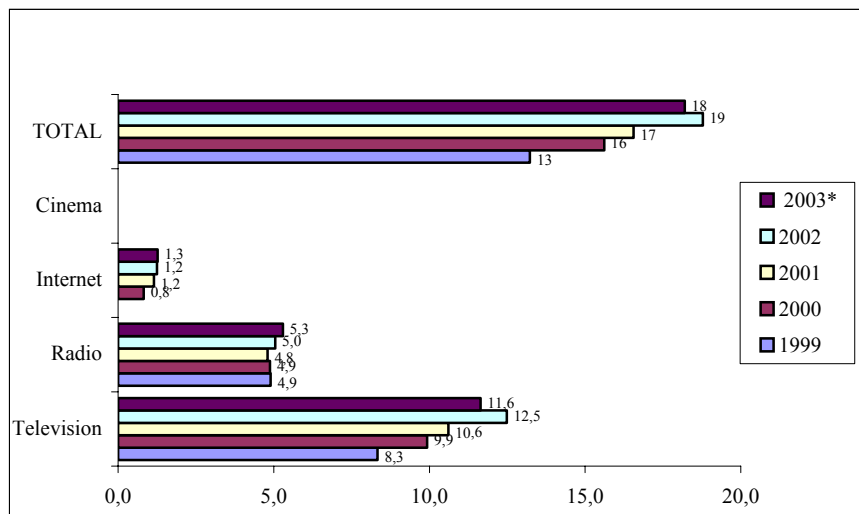
La télévision est le premier contributeur à l'économie audiovisuelle estonienne avec 55,3% du chiffre d'affaires total, même si son poids est relativement faible comparativement à ce que l'on observe dans les autres pays. L'économie télévisuelle s'appuie sur les ressources publicitaires à hauteur de 12,5 millions d'euros annuels nets, soit 49% de son chiffre d'affaires. Les ressources publiques sont quasiment aussi importantes avec 11,6 millions d'euros. Au total, **la télévision représente une activité de plus de 25 millions d'euros.**

La radio est le deuxième média audiovisuel le plus investi, avec environ 5 millions d'euros nets de recettes publicitaires. Mais le marché a cessé de croître. La loi sur l'interdiction de la publicité sur la chaîne de télévision publique laisse présager la promulgation d'un décret identique pour la radio à l'horizon 2005. Sa part de marché publicitaire pourrait ainsi se stabiliser autour de 10% dans les années à venir. Le financement public s'élève quant à lui à 3,4 millions d'euros, et les revenus annexes à 0,4 million. **Au total, le chiffre d'affaires du média radio s'élève à 8,8 millions d'euros.**

Le cinéma est sans doute le média le plus atypique du marché estonien : il représente en effet 13,5% des ressources du secteur audiovisuel, ce qui est considérable par rapport aux autres pays candidats. Le chiffre d'affaires global généré par la filière cinématographique est estimé à 5,9 millions d'euros en 2002. Le marché est financé en majeure partie par les entrées en salles à hauteur de 5,3 millions d'euros. Ce secteur bénéficie par ailleurs du soutien de l'Etat qui lui attribue 2,4 millions d'euros en 2002, somme également importante si on la compare avec la contribution des autres pays candidats.

Répartition des revenus publicitaires par média audiovisuel** 1999-2003* en Estonie en k€ (net)

* 2003 = estimation ** hors données cinéma

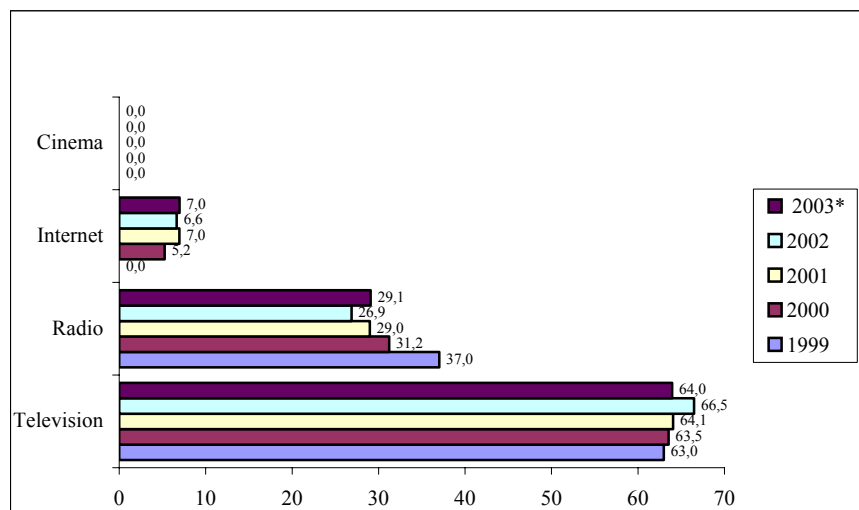


Source: Carat – Emor AdFacts 2002

Répartition des parts de marché publicitaire par média 1999-2003* en Estonie (en %)

* 2003 = estimation

** hors données cinéma



Source: Carat – Emor AdFacts 2002

2.2. Les principaux acteurs de l'audiovisuel

Le marché audiovisuel est dominé par quatre principaux acteurs : le groupe local privé SKY MEDIA, le groupe public ETV, le groupe privé à capitaux étrangers MTG et l'opérateur de câble TELE2.

2.2.1. SKY MEDIA

Le groupe **SKY MEDIA**, filiale de FIRST MEDIA (groupe appartenant à l'homme d'affaires estonien Harald Tehver), est **le premier acteur dans le domaine de la radio**, secteur où il détient les stations SKY PLUS, RUSSKOJE, SKY RADIO et ENERGY FM. Le groupe emploie 85 personnes et réalise un chiffre d'affaires de 1,8 million d'euros en 2002, parmi lesquels 1,6 million de revenus publicitaires.

2.2.2. EESTI TELEVISIOON (ETV) - EESTI RAADIO

Le groupe public exploite une chaîne de télévision et quatre stations radiophoniques.

La chaîne de télévision ETV compte aujourd'hui 374 employés pour un budget de 12,6 millions d'euros (prévision pour 2003). Créée en 1955, elle a une programmation généraliste : information, société, culture, religion, sport, divertissement, fictions, infotainment et musique. La chaîne, dirigée par Ilmar Raag, a pour ambition de lancer une seconde chaîne publique à l'horizon 2006.

EESTI RAADIO, dirigée par Ain Saarna depuis décembre 1997, est la station leader en audience du paysage radio estonien.

Le Gouvernement estonien a le projet de regrouper la chaîne de télévision avec EESTI RAADIO au sein d'une nouvelle entité unique, EESTI RAHVUSRINGHAALIN (Estonian National Broadcasting Co).

La publicité a disparu de la télévision publique depuis mi-2002 suite à l'adoption d'une loi par le Parlement fin 2001, et les ressources publiques assurent actuellement la quasi totalité du financement du pôle audiovisuel public.

2.2.3. MTG (MODERN TIMES GROUP)

Le groupe MTG est **le groupe média leader en Scandinavie. Fondé comme division média du groupe KINNEVIK en 1994, MTG est présent dans tous les secteurs des médias (TV, radio, édition, Internet).** Il s'agit du plus grand opérateur de télévision de la région nordique et baltique, et du **groupe leader sur le marché de la radio en Europe du Nord. En 1998, MTG a généré un chiffre d'affaire de 480 millions d'euros et employait près de 1 300 personnes.**

MTG est très présent en Estonie. Il détient notamment **la chaîne de télévision leader TV3**, dirigée depuis juin 2001 par Toomas Vara. TV3 emploie 43 personnes en Estonie avec un chiffre d'affaires de 5,8 millions d'euros, qu'elle tire presque exclusivement de ses revenus publicitaires. La chaîne bénéficie de la puissance de feu de TV3, qui est également disponible dans les pays scandinaves et dans l'ensemble des pays baltes. Notons que le groupe MTG **contrôle également la chaîne premium TV 1000**, la chaîne pan-nordique de télévision payante, et la **station de radio STAR FM** en Estonie.

2.2.4. TELE 2

TELE2 est un opérateur de télécommunications d'envergure européenne opérant dans la téléphonie fixe, la téléphonie mobile (abonnements et cartes prépayées), Internet et le câble télé. Il emploie 47 personnes en Estonie. A la suite de sa fusion avec Levicom Broadband en juin 2001, TELE2 est devenu un opérateur complet dans le secteur de la téléphonie en Estonie. Désormais, TELE2 est le second opérateur de téléphonie mobile et devient un challenger pour Eesti Telecom sur le marché de la téléphonie fixe. TELE2 est également le second fournisseur d'accès Internet après Eeesti Telecom et propose des offres Internet haut débit grâce à son réseau câblé qui touche plus de 102 000 foyers dans 12 villes. Notons que TELE2 appartient au groupe METRO INTERNATIONAL, lui-même filiale du géant suédois KINNEVIK, qui n'est autre que l'actionnaire de référence de MODERN TIMES GROUP.

2.3. Les diffuseurs de contenus

2.3.1. La télévision

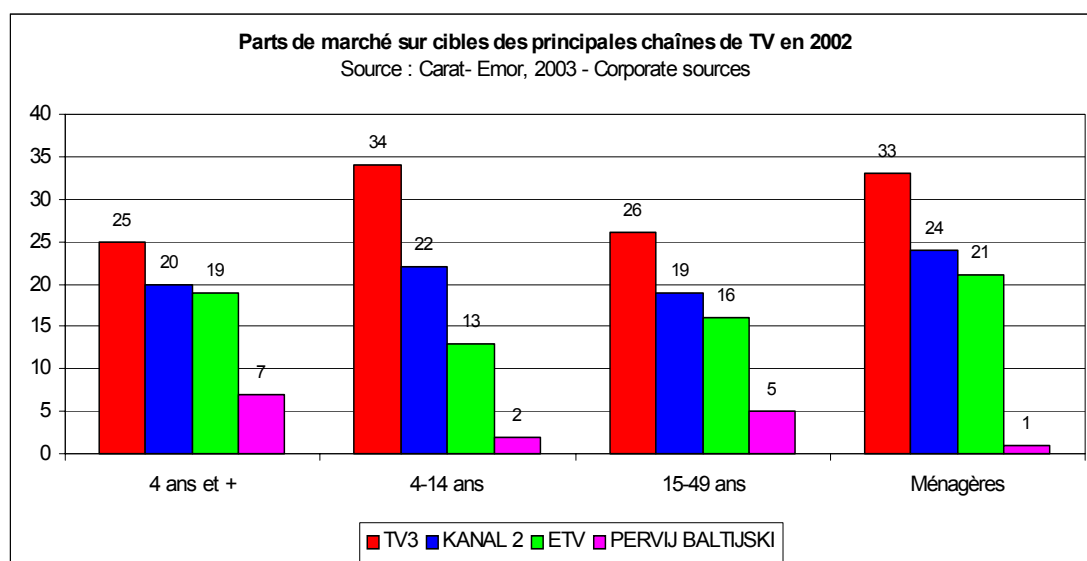
Trois chaînes de télévision nationales sont disponibles sur le territoire estonien, aux côtés d'une chaîne russe, de nombreuses chaînes thématiques et de chaînes des pays limitrophes. Ce paysage stabilisé fait suite à trois années de profonds bouleversements (faillite d'une chaîne privée, modification du financement de la télévision publique).

Les chiffres clés des chaînes estoniennes

	TV3	KANAL 2	ETV	PERVIJ BALTIJSKI
Couverture technique en %	94	94	99	nc
TxM% ² sur 4+	6,5	5,4	4,8	2
PdA% sur 4+	25	20	19	7
PdM publicitaire en %	48	38	-	14

Source: Carat - Emor, 2003 – Corporate sources

Favorisée par la faible superficie du pays, **la télévision est reçue sur la quasi-totalité du territoire**. ETV couvre 99% de la population, tandis que KANAL 2 et TV3, les deux chaînes privées leaders en terme d'audience, sont reçues par 94% des foyers. Les chaînes diffusées uniquement sur le câble et le satellite desservent moins de 30% de la population. Les foyers estoniens accèdent aussi à de nombreuses chaînes étrangères émises depuis les pays limitrophes, que ce soit par débordement naturel ou par réception via le satellite. Au final et en dépit **d'un nombre limité de chaînes à la programmation réellement localisée (4 au total)**, les Estoniens ont une **consommation individuelle de télévision relativement élevée**, avec une durée d'écoute quotidienne de 179 minutes en moyenne³.

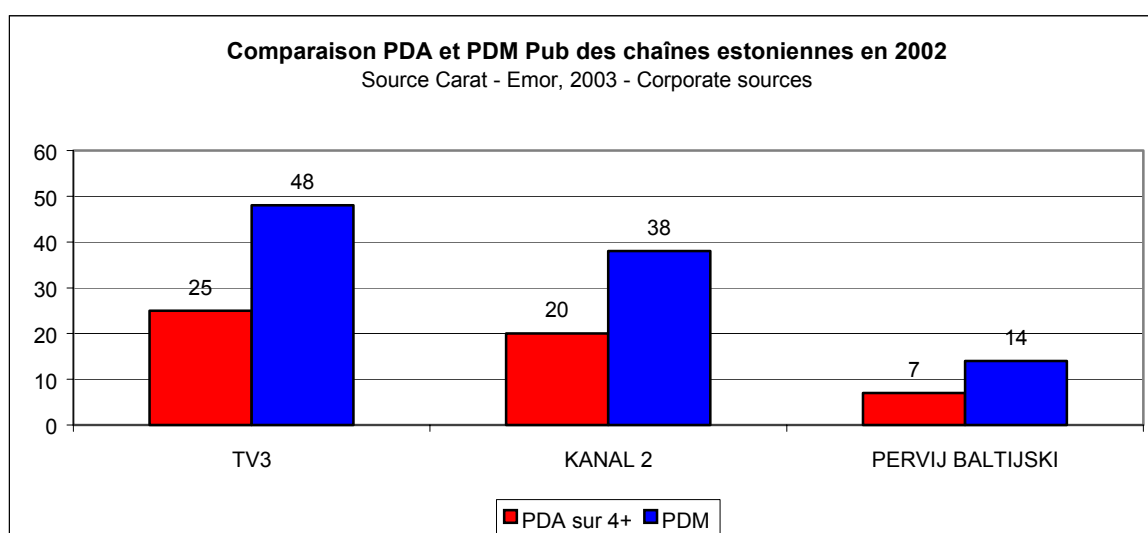


Le marché télévisuel estonien a connu de profonds bouleversements ces dernières années. En 2001, la chaîne privée TV1, qui était contrôlée par

² Légende : TxM : taux de pénétration
PdA : part d'audience
PdM publicitaire : part de marché publicitaire

³ Contre 186 minutes en moyenne pour l'Union Européenne des 15. (Source : European Commission : *Study on the development of new advertising techniques* (Bird & Bird / Carat Crystal). Janvier 2002).

l'opérateur de télévision polonais POLSAT, a fait faillite, faute de revenus publicitaires. Il n'existe donc plus que deux chaînes privées en Estonie (KANAL2 et TV3). En juin 2002, le groupe MTG a acquis la totalité du capital de TV3, la chaîne qu'il avait lancée en 1996 en Estonie et dont il ne détenait jusque-là que 42% du capital. KANAL2 appartient également à un groupe étranger, le norvégien SCHIBSTED. Enfin, une loi de décembre 2001 a débouché sur la disparition de la publicité sur la chaîne publique ETV. Ces différents changements ont permis aux acteurs privés en place de renforcer leurs positions et d'augmenter leurs revenus publicitaires, entraînant ainsi une certaine stabilisation du marché audiovisuel. En effet, la croissance du marché publicitaire télévisuel est supérieure à celle des autres secteurs et Toomas Vara (patron de TV3) prévoit que cette expansion se poursuivra. D'après lui, la télévision devrait attirer 30% des investissements publicitaires plurimédia en 2005 (contre 24% en 2002).



TV3 est la chaîne de télévision la plus puissante du marché avec 25% de part d'audience sur l'ensemble de la population. Grâce à des performances encore supérieures auprès des jeunes adultes (26% de part d'audience) et plus encore auprès des ménagères (33%), TV3 réussit à capter 48% des investissements publicitaires. Son chiffre d'affaires est de 5,8 millions d'euros. Elle offre une programmation généraliste à travers des fictions (soaps et films de cinéma), des divertissements (programmes de télé-réalité et jeux) et de l'information locale. Ses liens avec le groupe MTG permettent à TV3 de bénéficier des droits de diffusion d'événements sportifs (Champions League, F1, Championnat national de basket...), de formats majeurs et de jeux (*Qui Veut Gagner des Millions ?*, *Jeopardy...*).

KANAL2, chaîne privée existant depuis 1993, obtient **une part d'audience de 20%**. Bien que relativement moins performante que sa rivale TV3 sur les cibles

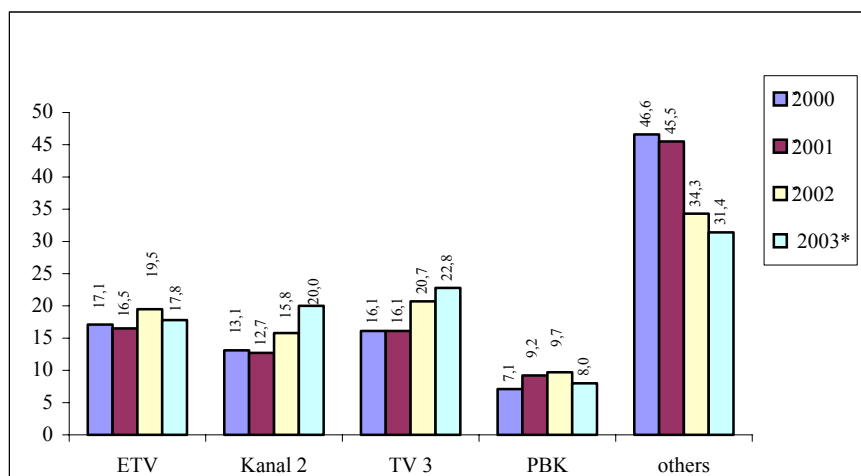
commerciallement attractives, elle attire 38% des investissements publicitaires, soit 3,7 millions d'euros de revenus. Sa grille de programmes est principalement constituée de programmes d'infotainment et de divertissement à destination d'un public familial. KANAL 2 a été rentable pour la première fois au dernier quadrimestre 2002.

ETV (EESTI TELEVISIOON) est la chaîne de télévision la plus ancienne. Elle a été lancée en 1955 et est restée la seule chaîne nationale jusqu'en 1992. Elle s'adresse à l'ensemble des Estoniens, y compris les minorités et obtient une part **d'audience moyenne de 19%**, avec un public plutôt féminin et vieillissant. Elle est désormais financée à 100% par le budget de l'Etat et bénéficie en 2003 d'un budget de 12,6 millions d'euros, qui ne suffisent pas à lui faire atteindre l'équilibre financier. Sa programmation est généraliste, à base d'information, de programmes de société, culturels, religieux, de sport, de divertissement, de fictions, d'infotainment et de musique.

PERVIJ BALTIJSKI, chaîne privée issue de la chaîne russe ORT, attire en moyenne 7% des téléspectateurs (notons que la population russophone représente 29 % de la population estonienne⁴) et 14% des investissements publicitaires. Cette chaîne généraliste diffuse des programmes russes dans tous les genres (fiction, sports, magazines et programmes jeunesse), mais sa grille est exclusive au marché estonien. Depuis 2003, la chaîne propose également des programmes d'information locale.

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

* 2003 = estimation



Source: Carat - Emor, 2003 – Corporate sources

Le paysage télévisuel estonien est donc dominé par quatre chaînes, mais il reste assez fragmenté. Ces quatre premières chaînes ne totalisent que 71% de la

⁴ Source : <http://www.tlfq.ulaval.ca/ax1/europe/estonie.htm>

consommation télévisuelle des Estoniens, le reste se répartissant entre **un grand nombre de chaînes thématiques internationales** dont la couverture technique est généralement comprise entre 15% et 30% du territoire (DISCOVERY, EUROSPORT, CARTOON NETWORK, ANIMAL PLANET, MTV, CNN, HALLMARK, EURONEWS, NATIONAL GEOGRAPHIC, BBC...) **et des chaînes étrangères**, notamment les chaînes nationales finlandaises qui obtiennent de bons résultats d'audience (YLE 1, YLE 2, MTV3 NELONEN), russes (ORT, RTR, TV6, MTV ROSSIJA, NTV) ou allemandes (RTL, RTL II, PRO 7, SAT1).

Structures des chaînes TV en 2002

	TV3	Kanal 2	ETV	Pervij Baltijski
Nombre d'employés	43	55	374	-
Chiffre d'affaires (en M. Euros, 2002)	5,8	3,7	12,6	-
dont revenus publicitaires(en M. Euros, 2002)	5,8	3,5	0	-
dont revenus de l'état (en M. Euros, 2002)	0	0	11,6	-
dont actionariat (en M. Euros, 2002)	0	0	0	-
Autres revenus (en M. Euros, 2002)	0	0.2	1	-
statut	Privé	Privé	Public	Privé
Actionnaires principaux	MTG Broadcasting AB	Schibsted ASA, Norway	State	-

Source: Carat – Corporate sources

Positionnements des chaînes TV en 2002

	TV3	Kanal 2	ETV	Pervij Baltijski
Public visé	15-49ans	25-50ans	Tous (y compris les minorités)	Tous
Ligne éditoriale	Principalement du divertissement avec de sinfos régionales, de la fiction et du sport	Infotainment, divertissements familiaux	Infos, vie sociale, culture, religion, sport, divertissement, films, séries, infotainment, musique	Russe et autre-Infos, films, séries, docu, sport programme jeunesse.

Source: Carat – Corporate sources

2.3.2. La radio

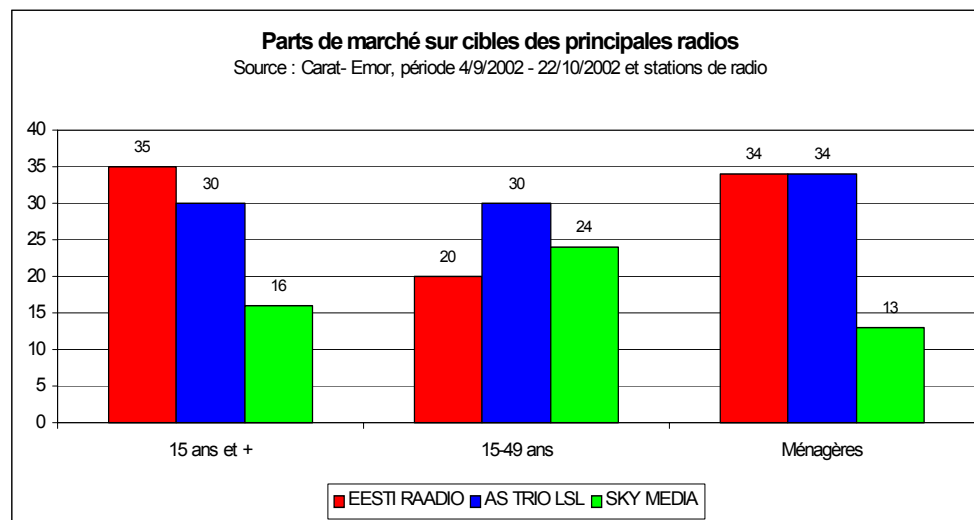
La pénétration du média radio est élevée en Estonie et l'offre de stations importante, avec 33 stations différentes proposées aux auditeurs (6 nationales, 15 régionales et 12 locales). Les Estoniens écoutent ainsi la radio 204 minutes par jour en moyenne, ce qui représente **un fort niveau de consommation**.

Les chiffres clés des radios estoniennes⁵

	EESTI RAADIO	AS TRIO LSL	SKY MEDIA
TxM% sur 15+	35	30	16
PDM publicitaire en %	n.a	n.a	10

Source : Carat- Emor, stations de radio période 4/9/2002 - 22/10/2002

Trois groupes de radio se partagent plus de 80% de l'audience.



EESTI RAADIO, groupe 100% public, dirigé par Ain Saarna, atteint 35% de part d'audience avec ses stations VIKERRAADIO, KLASSIKARAADIO, RAADIO 2 et RAADIO 4. Il vise le plus large public. Sous la pression des concurrents privés et d'une partie de la population, la loi prévoit, comme en télévision, la disparition de la publicité sur les radios publiques à l'horizon 2005. Or le manque à gagner de la radio publique risque d'être plus difficile à combler qu'en télévision. En effet, il s'agit de compenser la perte financière par une « taxe de licence » payée par les radios privées. Or celles-ci sont déjà à peine rentables... Le système mis en place en télévision est difficilement transposable à la radio sans aménagements.

AS TRIO LSL, groupe privé appartenant à l'américain METROMEDIA INTERNATIONAL et à 3 hommes d'affaires estoniens, réunit 30% des

⁵ Légende : TxM : taux de pénétration
PdM publicitaire : part de marché publicitaire

auditeurs sur ses stations KUKU, ELMAR, UUNO, UUNO POP, UUNO PLUS et 100FM, avec un profil d'auditoire plus orienté sur les ménagères.

Enfin, **SKY MEDIA**, groupe privé détenu à 100% par FIRST MEDIA, cumule 16% de part d'audience sur la population estonienne avec ses stations SKY PLUS, RUSSKOJE RADIO, SKY RADIO et ENERGY FM. Les programmes de ses stations s'adressent principalement aux 20-40 ans. Le groupe SKY MEDIA tire ses revenus de la publicité et réalise un chiffre d'affaires de 1,8 million d'euros.

Structures des radios en 2002

	SKY MEDIA	AS TRIO LSL	EESTI RAADIOo
Nombre d'employés	85	75	n.a.
Chiffre d'affaires (en M. Euros, pour 2002)	1.8	1.7	n.a.
<i>dont revenus publicitaires (en M. Euros, pour 2002)</i>	1.6	1.5	n.a.
<i>dont revenus publics (en M. Euros, pour 2002)</i>	0	0	n.a.
<i>autres revenus (en M. Euros, pour 2002)</i>	0.2	0.2	n.a.
<i>statut</i>	Privé	Privé	Public
<i>Principal actionnaire</i>	First Media Holding 100%	Metromedia Int. Inc (MII), 3 Estonian persons	Etat

Source: Carat – Groupes Radio

Positionnements des radios en 2002

	SKY MEDIA	AS TRIO LSL	EESTI RAADIOo
Public visé	20-40	tous	tous
Ligne éditoriale	Variable en fonction des stations	Variable en fonction des stations	Variable en fonction des stations

Source: Carat – Groupes Radio

Les stations leaders sont ELMAR (AS TRIO LSL), RUSSKOJE RADIO (SKY MEDIA), RADIO 2 et RADIO 4 (EESTI RADIO).

Le marché de la radio est particulièrement peu contrôlé : l'octroi de licences de diffusion a été extrêmement large quand le secteur s'est libéralisé et aujourd'hui il y a peu de vérification quant à la conformité des stations à la loi qui les régit. Seules deux personnes sont en charge de l'attribution des licences au Ministère de la Culture.

2.3.3. Le cinéma

En dépit d'un réseau d'exploitation très limité, le cinéma représente un poids considérable dans les revenus audiovisuels estoniens (13,5% contre 6,1% pour la moyenne des pays candidats à l'entrée dans l'Union Européenne).

L'Estonie dispose d'un réseau d'exploitation à l'échelle de son marché avec 69 cinémas répartis sur tout le territoire. Ceux-ci ne sont généralement composés que d'une salle (81 salles au total) de petite taille, puisqu'elles ne peuvent accueillir en moyenne que 68 spectateurs, pour une capacité totale de 5 481 sièges dans le pays. Toutefois, le premier multiplexe estonien a été inauguré en mars 2001 : le COCA-COLA PLAZA, qui fait partie de la chaîne de cinémas finnoise FINKINNO.

Distribution des films cinématographiques en 2002

	TOTAL
Nombre de salles	69
Nombre d'écrans	81
Nombre de sièges	5 481
Nombre d'entrées par an	1 365 466
Prix moyen d'un ticket	4 euros
Nombre de films par an (2002)	184
Nombre de films inédits par an (2002)	97
Nombre de films issus de la production locale (2002)	4
Nombre de films issus de la production européenne (2002)	24
Nombre de films issus de la production américaine (2002)	73

Source: Carat – Estonian Film Foundation

Les Estoniens vont en moyenne une fois par an au cinéma, pour un prix de 4 euros par ticket. **Le nombre de spectateurs a beaucoup augmenté ces deux dernières années**, avec une croissance de 20% en 2001 et de 14% en 2002.

Evolution du nombre d'entrées et des revenus du box-office 1995-2002

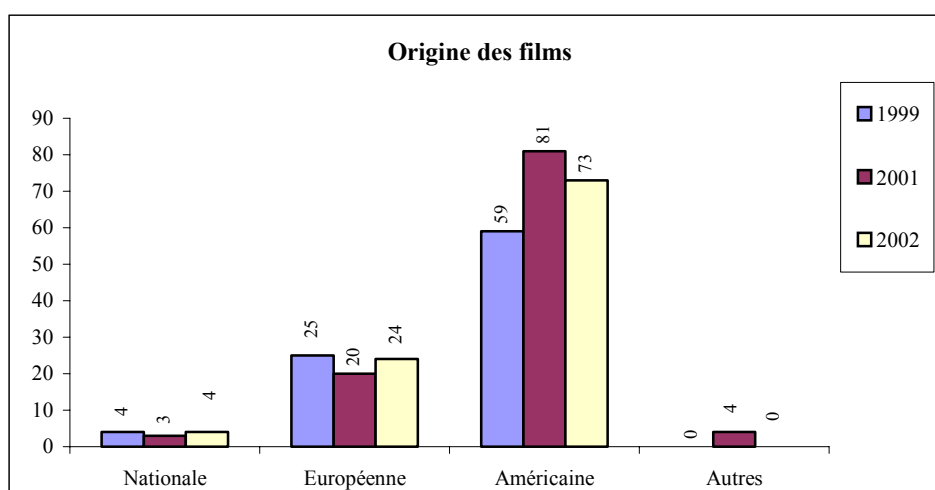
	Entrées		Box-office (Euro)	Prix moyen d'une place
	Total	Per Capita		
1995	1 012 000	0,68	1 016 474	1
1996	1 005 000	0,68	1 658 269	2
1997	960 900	0,66	1 863 077	2
1998	1 060 500	0,73	2 980 705	3
1999	874 500	0,61	2 596 923	3
2000	1 083 634	0,75	3 162 564	3
2001	1 303 846	0,91	4 834 217	4
2002	1 558 067	1,14	5 315 824	4

Source : Carat - EFSA

Premières sorties en salles – Origine des films

Année/Origine	Nationale	Européenne	Américaine	Autres	Total
1999	2	23	59	0	84
2001	3	20	81	4	105
2002	4	24	73	0	97

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



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

En 2002, 184 films ont été projetés. Parmi les 97 films inédits, on trouve essentiellement des productions américaines (73), quelques européennes (24) dont seulement **4 productions nationales**. Ces dernières ont attiré 10,7% des spectateurs (soit 146 133) et généré 9,7% de la totalité des revenus (soit 519 791 euros). Bien que les films d'origine américaine réalisent 73% des ventes de

tickets, c'est une production locale qui a obtenu le plus grand succès auprès du public estonien. Il s'agit de *Names in Marble* avec un revenu de 490 218 euros dépassant ainsi nettement *The Lord of Rings* (386 983 euros).

TOP 97 selon le nombre d'entrées en 2002

TOP 97 selon le nombre d'entrées en 2002				
	TITRE	ENTREES	BOX-OFFICE (Euro)	DISTRIBUTEUR
1	Names in Marble	136 171	490 218	MPDE
2	The Lord of the Rings: The Fellowship of the Ring	91 222	386 983	MPDE
3	Ice Age	89 109	301 820	MPDE
4	Ocean's Eleven	45 148	193 757	MPDE
5	Men in Black II	43 586	165 533	MPDE
6	Spider-Man	39 635	126 852	MPDE
7	XXX	39 095	159 167	MPDE
8	Die Another Day	38 663	206 554	MPDE
9	Harry Potter & the Chamber of Secrets	35 460	133 524	MPDE
10	Star Wars:Episode II- Attack of the Clones	33 031	124 817	MPDE
58	Viimne reliikvia	5 490	10 734	MPDE
76	Agent Wild Duck	3 611	17 270	Exitfilm
97	Le Boulet	534	1 816	BDG FILM
Total Top 97 2002		1 365 466	5 315 824	
	Production estonienne	145 272	518 221	
	En %	10,64	9,75	

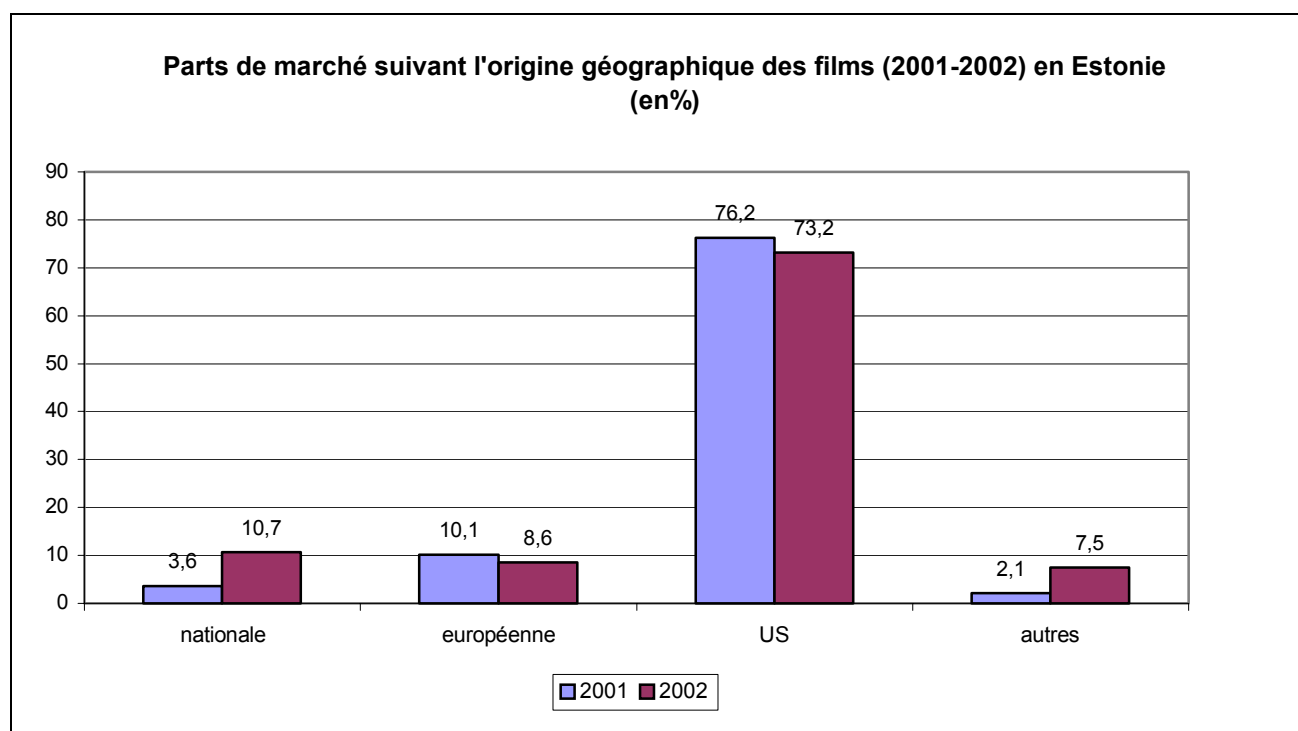
Source : Carat - EFSA

Une dizaine de sociétés se partagent **le marché de la distribution**. **Le leader est MPDE** qui a distribué 117 films en 2002. Ces films totalisent un chiffre d'affaires de 5 millions d'euros, soit 87% des revenus du box office total estonien en 2002. MPDE appartient à 90% au groupe finlandais FINNKINO et à 10% à l'homme d'affaires estonien Aldo Tammsaar. MPDE est suivi par **BDG Film**, nettement moins puissant avec 11% de la totalité des revenus. Les autres distributeurs sont de moindre envergure, se partageant 2,3% des spectateurs et 2,1% des revenus.

Parts de marché des distributeurs cinématographiques en 2002

Market share Estonia 1/2002 - 12/2002					
DISTRIBUTOR	ADMISSIONS		BOX OFFICE		FILMS
MPDE	1 334 439	85,65%	5 064 090	86,88%	117
BDG Film	188 126	12,07%	638 839	10,96%	42
Amarton Filmid	12 068	0,77%	28 259	0,48%	7
Filmimax	2 016	0,13%	4 069	0,07%	13
Estonian Reality Pictures/ MPDE	4 871	0,31%	21 757	0,37%	1
Catalana/ MPDE	3 003	0,19%	11 335	0,19%	1
Sonatiin/ MPDE	1 959	0,13%	7 741	0,13%	1
ExitFilm/ MPDE	3 611	0,23%	17 270	0,29%	1
ORT/ MPDE	7 974	0,51%	35 488	0,61%	1
TOTAL	1558067	100.0 %	5828847	100.0 %	184

Source : Carat – EFSA



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

Les productions nationales bénéficient d'un relatif succès, compte tenu du volume de production : la part de marché réalisée par les films estoniens est ainsi de 10,7%, contre 8,6% pour les productions européennes, et 73,2% pour les films américains (Le chiffre européen est à prendre avec précaution, les données concernant les films de production française, allemande, italienne et anglaise étant indisponibles).

2.3.4. Les nouveaux médias

L'utilisation de l'Internet est remarquablement bien développée. Parmi les 110 000 foyers disposant d'un accès Internet (soit 19% des foyers estoniens), les deux-tiers ont un accès payant. En dehors du lieu de travail, les Estoniens peuvent également surfer sur le web grâce à 200 « Points Internet Publics » répartis dans des bibliothèques et des établissements municipaux sur tout le territoire. Par ailleurs, toutes les écoles sont équipées d'accès à Internet. Ainsi, **39% des Estoniens utilisent régulièrement Internet.** Ce chiffre atteint plus de 80% pour les 15-21 ans et 62% pour les 22-29 ans.

Tous les fournisseurs d'accès sont des sociétés privées : DELFI (qui appartient à AS Microlink), NETI (de l'opérateur historique de télécommunications AS Eesti Telefon) et EVERYDAY (propriété du géant suédois des télécommunications Tele2).

Structures et positionnements des fournisseurs d'accès à Internet en 2002

	DELFI	NETI	EVERYDAY
Nombre d'employés	30	10	10
Chiffre d'affaire global (<i>en M. Euros, pour 2002</i>)	1,22	n.a.	n.a.
Statut	Privé	Privé	Privé
Actionnaire principal	AS Microlink	AS Eesti Telefon	Tele2

Source: Carat – Corporate sources

En dépit de son utilisation assez répandue, l'Internet reste un média peu développé d'un point de vue publicitaire : les investissements publicitaires sur le média Internet sont de 1,25 million d'euros par an (soit 2,4% du total en Estonie).

Prix de vente par secteurs de l'édition en 2002

	TOTAL
Prix moyen d'une cassette vidéo	10 Euro
Prix moyen d'un DVD	22 Euro
Prix moyen d'un jeu vidéo	32 Euro
Prix moyen d'un CD-ROM vierge	0.7 Euro
Prix moyen d'un jeu CD-ROM	10 Euro
Prix moyen d'un CD-ROM (autre contenu)	50 Euro

Source: Carat – Trade Sources

La distribution physique de contenus est pour sa part contrôlée par 3 groupes essentiellement : SONATIIN (présent dans les trois pays baltes), V&K HOLDING (propriétaire de la chaîne de magasins Videoplanet, également présente en Lettonie) et BDG VIDEO. **Les prix de ventes sont ceux des**

marchés occidentaux : 22 euros pour un DVD, 32 pour un jeu vidéo, 50 pour un CD-ROM. Les VHS sont toutefois légèrement moins coûteuses : 10 euros en moyenne. L'Estonie souffre, comme plusieurs des pays candidats, de l'importation massive de CD et VHS pirates. Si les résultats de la lutte contre ce phénomène restent insuffisants, de nets progrès ont été réalisés. Ainsi, l'Estonie est le premier pays balte à ne plus faire partie de la « Liste Noire » établie par l'organisation commerciale américaine USTR.

2.4. La production de contenus

La production lettone est, à son échelle, de bon niveau. Mais elle reste trop peu développée, peu compétitive, et sans envergure internationale.

2.4.1. La production cinématographique

L'Estonie compte 4 sociétés de production principales : EXITFILM, MYTH FILM, NUKUFILM et EESTI TÕSIELUFILM.

L'industrie cinématographique estonienne n'a produit que trois films en 2002 (EXITFILM, TASKA PRODUCTIONS et TALLINFILM). Toutefois, cette année peut être considérée comme celle d'un nouveau départ pour le cinéma estonien, qui a connu des temps très difficiles depuis 1999 (aucun long-métrage n'a été produit en 2000).

Les films d'animation estoniens se sont fait un nom de par le monde, notamment ceux de réalisateurs comme Priit Pärn, Riho Unt, Priit Tender et Janno Põldma.

C'est également le cas des films documentaires comme ceux de Mark Soosaar. Tous les étés, un festival international du film anthropologique a lieu à Pärnu et, en hiver, c'est au tour du « Festival de cinéma des nuits noires » à Tallinn. 58 documentaires ont été produits en 2002.

La principale source de financement du cinéma estonien vient de l'ESTONIAN FILM FOUNDATION. Cette institution a été créée par le gouvernement en 1997.

2.4.2. La production télévisuelle

A l'origine, les producteurs locaux étaient des émanations des différentes chaînes, spécialisées dans la production de genres spécifiques. Elles sont progressivement devenues indépendantes, vendant leurs programmes à l'ensemble des diffuseurs.

La société de production télévisuelle leader est EETRIÜKSUS, plus connue sous le nom de RUUT et dirigée par Kiur Aarma et Kaupo Karelson. Elle produit des jeux, des talk-shows, des spots publicitaires, des reality-shows, des téléfilms et des documentaires. Elle est ainsi à l'origine des programmes suivants : *Duel*, *60 Minutes*, *Mamma Mia*, *Tondi Jutud*, *Tähed muusikas*, *Teletaip*, *Sputnik*, *Robinson* et *A4*.

FILMIMEES est l'autre grande société de production estonienne, qui a la particularité de contrôler toute la chaîne de production, y compris la production exécutive pour laquelle elle utilise ses propres studios, alors que RUUT se concentre plus sur la production déléguée, faisant appel à des studios indépendants quand vient le moment de la réalisation. FILMIMEES est dirigée par Raivo Lugina et produit environ 300 heures de programmes par an, essentiellement des magazines et des séries documentaires, dont *Raport* (Rapport de Police), *Kuritöö ja karistus* (Crime & Punishment), *Kaunis kaunimaks* (World of Beauty), *Hommikuköök* (Morning in the Kitchen), *Köögist kööki* (From Kitchen to Kitchen), *Nurgakivi* (magazine de décoration), *Subboteja* et *Linnauudised* (information urbaine). FILMIMEES s'entoure de personnalités réputées pour réaliser ses programmes, parmi lesquelles on compte Raimo Kummer, Anneli Järvet, Aarne Üksküla, Eve Kallaste, Aleksandr Zukerman ou Mihhail Vladislavlev.

Deux autres sociétés de production importantes sont **AA VISIOON** d'Aarne Kraam et BEC, de Raivi Suviste.

2.5. Les organisations professionnelles de l'audiovisuel

Les principales organisations professionnelles estoniennes sont l'ASSOCIATION OF ESTONIAN BROADCASTERS, l'ASSOCIATION OF INDEPENDENT MEDIA AGENCIES et l'ASSOCIATION OF ESTONIAN ADVERTISING AGENCIES.

- **Association of Estonian Broadcasters (www.erl.ee)**

Pärnu mnt. 30-6, Tallinn, 10141

Tel/Fax : (0) 644 8578

Créée en 1992, l'AEB est une organisation non-gouvernementale à but non lucratif qui a pour mission de défendre les intérêts des diffuseurs de radio et de télévision. Elle a ainsi obtenu l'interdiction de la publicité sur la chaîne publique ETV. Elle a aujourd'hui pour objectif d'aider ses membres à communiquer avec d'autres organisations.

Depuis l'été 2001, l'association est présidée par Toomas Vara, directeur de la chaîne leader TV3.

Les chaînes de télévision membres de l'AEB sont AS Kanal 2 et AS TV3. Les radios membres de l'AEB sont OÜ Ajaga Sammu, AS Kuma, OÜ MKS Ghrupp, OÜ Pärnu Meedia, OÜ Raadio Kadi, OÜ Raadio Ruut, OÜ Tartu Raadio, AS Mediainvest Holding, Taevaaradio AS, AS Trio LSL, Wodlinger International Tallinn AS, MTÜ Raadio 7 et Tartu Pereraadio Ühing. La seule société de production appartenant à l'association est OÜ FILMIMEES.

La grande diversité de ses membres, aux intérêts divergents, empêche souvent l'AEB de trouver un terrain d'entente et d'agir de façon constructive.

L'AEB se finance grâce aux cotisations de ses membres et aux revenus de campagnes publicitaires gérées par son intermédiaire. Elle ne bénéficie d'aucune subvention de l'Etat.

Elle est membre du NETWORK OF ESTONIAN NON-PROFIT ORGANIZATIONS et membre associé de la NATIONAL ASSOCIATION OF BROADCASTERS.

- Il existe également des associations représentant les différentes corporations :
 - Association of Estonian Films Producers
Tartari 1, Tallinn 10116
Tel : +372 6 376 829
Fax : +372 6 604 060
 - Estonian Animation Union
Roo 9, Tallinn 10600
Tel / Fax: +372 6 464 299
 - Estonian Filmmakers Union
Uus 3, Tallinn 10111
Tel : +372 6 464 068
Fax : +372 6 464 068
 - Estonian TV Producers Union
Keemia 11, Tallinn 10616
Tel : +372 6 566 446
Fax : +372 6 566 437
 - The Association of Estonian Film and Video Studios
Uus 3, Tallinn 10111
Tel : +372 6 706 485

- The Association of Professional Actors of Estonia
Uus 5, Tallinn 10111
Tel : +372 6 464 512
Fax : +372 6 464 516
- Estonian Make-up Union
Estonia pst. 4, Tallinn 10148
Tel : +372 6 260 253
Fax : +372 6 260 299
- The Estonian Association of Film Journalists
Narva mnt. 11e, Tallinn 10151
Tel : +372 6 533 894
Fax : +372 6 698 154
- The Union of Estonian Cameraman
Faehlmanni 12, Tallinn 10151
Tel : +372 6 623 069
Fax : +372 6 284 141

- **Association of Advertising Agencies (Eesti Reklaamiaagentuuride Liit - ERAL)**
Président : Rein Iida
In Saatchi & Saatchi
Endla 69/Keemia 4, 10613 Tallinn
tel: +372 6 105 800
fax: +372 6105 801
Créée en 1998, ERAL a pour missions d'unifier, assister et promouvoir la publicité auprès du gouvernement, du grand public ainsi qu'en interne auprès des ses propres acteurs. Cette association participe à la rédaction des lois sur la publicité et fournit des données sur le marché publicitaire. Les entreprises membres en sont Adell Saatchi & Saatchi OÜ, Age Reklaam OÜ, Baltic FCB AS, Credo Reklaam AS, DDB Eesti AS, Division McCann Erickson AS, Ecwador OÜ, Guvatrak AS, Idea AD AS, Indigo Reklaami AS, Inorek & Grey AS, Kala Ruudus OÜ, Kolm Karu OÜ, Kontuur Leo Burnett AS, NB Reklaami AS, Zavod OÜ, Tank Grupi AS, Vanzetti OÜ, Vatson & Vatson OÜ et Vincent AS.

- **Association of Independent Media Agencies (Soltumatu Meedia Agentuuride Assotsiatsioon – www.tank.ee)**
Narva mnt. 7d, 10117 Tallinn
Tel : +372 (0)6 696 700
Fax : +372 (0)6 696 701

Fondée en 1998 par les huit agences média estoniennes les plus importantes, l'association a pour but de coordonner les actions conjointes des agences médias estoniennes, et bientôt de l'ensemble des pays baltes. Plus précisément, ses missions sont les suivantes :

- développer et soutenir le marché publicitaire estonien,
- favoriser la coopération entre les chaînes de télévision nationales, les sociétés d'études et les personnalités influentes du paysage audiovisuel,
- cartographier les agences média de la zone baltique et rendre publiques leurs stratégies pour garantir la transparence,
- faire connaître le marché média des pays baltes.

La principale réussite de l'association est d'avoir amélioré la transparence du marché. Aujourd'hui, son but est d'informer le public sur ses activités et d'adapter le marché estonien aux problématiques et aux intérêts globaux des médias afin de stabiliser le marché national. L'organisation jouit d'une excellente réputation dans les milieux professionnels : digne de confiance, professionnelle et tournée vers l'avenir. Les membres de cette organisation sont : Baltic Media Booking, Carat, CIA, Initiative, Mediacom, OMD, Universal McCann, Zenith Optimedia.

D'autres organisations ont, grâce à leur situation de « monopole », une forte influence sur les médias estoniens : l'ESTONIAN AUTHORS SOCIETY et l'ESTONIAN BROADCASTING TRANSMISSION CENTER. Les acteurs de l'audiovisuel ont peu de pouvoir de négociation sur leurs décisions alors que ces associations peuvent mettre en péril les plus faibles stations de radio et chaînes de télévision.

Ainsi, un fort contentieux oppose actuellement l'association des auteurs estoniens aux télévisions et radios, celles-ci considérant que les droits d'auteurs sont beaucoup trop élevés.

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

La **Constitution de 1992** a consacré les principes de liberté d'opinion et d'expression.

La **radio et la télévision publiques** estoniennes ont été fondées en **1990** et la **loi sur la radio-télévision** date de **1994**, de même que la création du **Conseil de la radiodiffusion** compétent à l'égard de la télévision publique. Ce texte a été modifié à de nombreuses reprises dont, notamment en 2000, pour transposer les dispositions de la directive européenne. Fin 2001 un amendement législatif a interdit la diffusion de publicité sur la chaîne de télévision publique à compter de mi-2002.

Une première loi sur les **droits d'auteurs** a été adoptée en 1992⁶ et modifiée en 2000.

Une loi sur la publicité est entrée en vigueur en 1998⁷.

L'Estonie mène une politique volontariste vers la « société de l'information » et a été le premier des trois pays baltes à libéraliser et privatiser le secteur des **télécommunications** (aucune limite n'a été fixée aux investissements étrangers), influencée par son voisin finlandais.

La loi sur les télécommunications est entrée en vigueur en mars 2000⁸. Elle a été précédée par la mise en place en 1998 de **l'Agence nationale des communications** succédant à l'Inspection des télécommunications.

La loi sur la distribution par **câble**⁹ est entrée en vigueur en juillet 2001.

⁶ Loi sur les droits d'auteurs n° RT 1992, 49, 615 du 11 novembre 1992.

⁷ Loi sur la publicité n° RT I 1997, 52, 835 du 1^{er} janvier 1998.

⁸ Loi sur les télécommunications n° RT I 2000, 18, 116 du 9 février 2000.

⁹ Loi sur la distribution du câble de juillet 2001.

L'Estonie a signé et ratifié la Convention européenne sur la télévision transfrontière et celle-ci y est entrée en vigueur au 1^{er} mai 2000.

Le **ministre de la Culture** joue un rôle très important, puisque l'autorité de régulation n'est compétente qu'à l'égard du secteur public. Il exerce ses fonctions via le département des médias et droits d'auteurs. Pour la délivrance des licences, un Comité des licences de radiodiffusion composé de représentants de divers organismes, a une fonction consultative auprès du ministre.

* *
*

Le Conseil de la radiodiffusion n'est compétent qu'à l'égard de la télévision publique et **il n'existe donc pas de véritable « autorité de régulation » de l'audiovisuel en Estonie**. L'essentiel du pouvoir est détenu par les instances politiques que sont le Parlement et le Gouvernement.

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), l'Estonie est devenue partie à l'Accord Général sur le Commerce des Services (AGCS) qui couvre les services audiovisuels. L'Estonie s'est abstenue de tout engagement concernant l'accès au marché ou le traitement national pour les services audiovisuels. L'Estonie 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

L'Estonie participe au programme européen de coopération culturelle « **Culture 2000** »¹⁰.

¹⁰ 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.

D'autre part, l'Estonie est membre du programme Eurimages¹¹, qui 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	Warriors of Independence (WOITKA)	Pekka Lehto (FI)	<i>Film de fiction</i>	200 000 €	KINOFINLANDIA (FI) SONET FILM SB (SE) ALLFILM OÜ (EE)

En matière de coproduction cinématographique, l'Estonie a également signé (ratifié en 1997) la Convention européenne sur la coproduction cinématographique¹² le 13 décembre 1996.

Elle participe au programme **Media**¹³ depuis 2002.

¹¹ 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.

¹² 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.

¹³ 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).

3.2.3. Accords de coopération culturelle

3.2.3.1. Présentation générale

Les activités de coopération des organisations publiques et privées ont augmenté de façon considérable au cours de la dernière décennie.

La majorité des accords de coopération culturelle transnationaux en Estonie est soutenue par les organisations culturelles dépendantes de leurs ministères de tutelle, ou alors reçoit des aides financières directement issues du budget de l'Etat. La tendance actuelle de la politique culturelle estonienne est de **faciliter la création d'espaces culturels par des relations directes avec les correspondants internationaux à travers l'Europe.**

Le gouvernement Estonien et le Ministère de la Culture ont signé 30 accords bilatéraux et multilatéraux et 12 programmes de coopération culturelle.

Dans le secteur audiovisuel, la coopération prend principalement place dans le cadre des programmes européens ou via la convention sur les coproductions cinématographiques. La moitié des films estoniens ont été produits grâce à des coproductions internationales.

3.2.3.2. Institutions en charge de la coopération culturelle extérieure

Les structures publiques en charge de conduire la coopération culturelle extérieure sont, au niveau gouvernemental, le Ministère de la Culture, le Ministère des affaires étrangères et le Ministère de l'Education et de la Recherche. L'Estonie dispose également d'un attaché culturel à Bruxelles, qui dépend directement du Ministère de la Culture.

La coopération culturelle internationale existe également au niveau local.

En 1994 a été fondé **le Fonds Culturel d'Estonie** (personne morale de droit publique) dont le but est de soutenir les arts, l'architecture, l'art audiovisuel, la culture folk et les sports par un système de dons et sa redistribution sous forme de subventions.

L'Estonie dispose de plus d'un institut culturel national appelé **l'Institut Estonien** dont le rôle est et d'aider à la promotion et à la diffusion de la culture estonienne à l'étranger.

3.2.3.3. Priorités géographiques et sectorielles

La priorité principale est donnée aux coopérations régionales, notamment avec les pays Baltes et les pays nordiques. Il est à noter que l'influence prépondérante est exercée par la Finlande, les contacts avec ce pays étant déjà très importants pendant la période soviétique.

Sont ensuite privilégiés, par ordre de priorité, les pays membres de l'Union européenne, puis les pays accédants.

Les secteurs du cinéma et de la musique sont particulièrement actifs du point de vue de la coopération culturelle extérieure.

3.2.3.4. Exemples concrets de coopération culturelle

Parmi les événements les plus significatifs de la coopération culturelle (participation de divers acteurs étrangers), citons par exemple le **Festival du film « POFF »** (« Dark Nights Film Festival »), le **Festival de musique folk « Viljandi Folk »**, et les **Festivals de musique contemporaine « NYVD »** et **« Jazzkaar »**.

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*. Celle-ci regroupe les instituts cinématographiques des trois pays baltes et a pour objectif de développer des projets communs à ces trois "petits" pays européens et de les promouvoir à l'étranger.

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'événements tels que les conférences internationales du film "Transit Zero".

Un accord de coproduction entre le gouvernement du Canada et le gouvernement de la République d'Estonie a été signé en 2002 (pour une durée de 5 ans, renouvelable automatiquement).

D'autre part, 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 cadre juridique est déterminé principalement par **la loi sur la radio-télévision de 1994**¹⁴, telle que modifiée en 2000 pour transposer la directive européenne. Sont plus particulièrement présentées ici les dispositions spécifiques à l'Estonie.

4.1. Organisation du marché

4.1.1. Concentration et propriété des médias

Il n'y a aucune restriction en matière de propriété des services de radiodiffusion : « Toute personne peut acquérir, créer ou distribuer un service... ».

Pour prévenir des concentrations excessives, les conditions d'attribution des licences ne peuvent aboutir aux situations suivantes :

- situation de monopole sur la zone concernée,
- ou distorsion de concurrence,
- cumul des activités de radiodiffuseur et d'éditeur de presse quotidienne ou hebdomadaire sur la même zone,
- détention par une même personne de plus de 2 licences dans les catégories licences nationales et internationales.

Par ailleurs, dans le but d'ouvrir le marché, **il existe des limitations à l'exercice d'activités à la fois dans le câble et dans la téléphonie**. Un propriétaire de réseau ou câblo-distributeur ne peut pas être une entreprise dont plus de 40 % du chiffre d'affaires est réalisé dans les services téléphoniques en Estonie, ni une société détenant plus de 10 % d'une telle entreprise.

¹⁴ Loi sur la radio-télévision n° RT I 1994, 42, 680 du 15 juin 1994 (www.kul.ee)

4.1.2. Allocation des fréquences et attribution des licences

C'est l'Agence des communications qui est chargée de la planification des fréquences et de la gestion du spectre.

Les licences pour les services de radiodiffusion sont délivrées par le ministre de la Culture. La loi détermine six types de licences :

- les licences locales dans la zone de diffusion d'un émetteur ;
- les licences régionales dans la zone de diffusion d'un ou plusieurs émetteur(s) couvrant une partie du territoire d'Estonie ;
- les licences nationales pour les réseaux couvrant 80 % du territoire de l'Estonie ;
- les licences internationales pour les programmes qui peuvent être reçus dans d'autres pays ;
- les licences temporaires d'au plus trois mois pour des programmes couvrant une partie du territoire ;
- les licences pour les programmes sur le câble.

A l'exception des licences pour les programmes temporaires et des licences pour les réseaux câblés, les autorisations sont délivrées pour cinq ans et peuvent être prolongées.

Il est de la compétence du ministre de la Culture de :

- décider et rendre publics les nombres et catégories des licences à attribuer, les conditions et procédures des candidatures,
- examiner les candidatures et décider de l'attribution des licences aux meilleures offres,
- notifier les refus d'attribution dans les trente jours de la candidature.

Les refus d'attribution des licences doivent être motivés et ils peuvent faire l'objet de recours devant les tribunaux.

Un opérateur ou distributeur de services est défini comme **une entreprise qui transmet ou retransmet les programmes des radiodiffuseurs**. Les opérateurs doivent se conformer aux prescriptions techniques adoptées par le ministère des transports et des communications. Les distributeurs de services doivent avoir une autorisation des diffuseurs pour retransmettre leurs programmes. Ils ne sont pas responsables des activités illégales des diffuseurs sauf s'ils sont diffuseurs eux-mêmes.

L'Agence des communications¹⁵ délivre les licences aux câblo-distributeurs en application de la loi sur le câble et contrôle qu'ils respectent leurs obligations.

Ces opérateurs doivent distribuer les programmes des radiodiffuseurs publics et les programmes normalement reçus sur la zone par voie hertzienne terrestre.

Il n'y a pour le moment pas de régime particulier d'octroi de licence ou d'autorisations pour la transmission par le satellite et / ou le câble.

4.2. *Contrôle des opérateurs privés*

L'Agence des communications contrôle le respect des conditions techniques.

Le ministre de la Culture, via le département des médias, contrôle le respect des obligations en matière de programmes.

Les personnes responsables du contrôle peuvent obtenir des enregistrements des programmes et mettre en demeure les radiodiffuseurs de cesser les infractions constatées. Si ce n'est pas le cas une amende peut être imposée d'un montant maximal de 50 000 kroon (environ 3 000 euros).

Le ministre peut suspendre la licence pour un maximum de 14 jours ; il peut la révoquer, si le radiodiffuseur l'a obtenue sur la base d'informations inexactes, si de matière continue il ne respecte pas les conditions de la licence, si il ne respecte pas les conditions légales.

4.3. *Le secteur audiovisuel public*

4.3.1. Organisation

La radio et la télévision estoniennes sont des organismes de droit public, dont la loi affirme l'indépendance.

Les fréquences dont elles disposent sont déterminées par le ministre de la Culture.

¹⁵ L'Agence des communications est un organisme administratif, dépendant du ministère des Affaires économiques et des Communications, dirigée par un directeur général. Elle est chargée de la régulation du secteur des télécommunications et des services postaux.

Le Président et les membres des Conseils d'administration (5 au plus) de la radio et de la télévision publiques sont nommés et révoqués par le Conseil de la radiodiffusion.

4.3.2. Missions

La radio et la télévision publiques sont investies des principales missions suivantes :

- promouvoir la culture estonienne,
- produire et diffuser des programmes diversifiés et pluralistes, répondant à un niveau élevé d'exigences journalistiques, artistiques et techniques,
- produire des émissions d'information qui répondent aux besoins de l'ensemble des nationalités présentes sur le territoire de la République y compris les minorités,
- produire et diffuser des programmes d'information, culturels, éducatifs et de divertissement,
- assurer l'enregistrement et la conservation des événements et des œuvres significatifs d'un point de vue culturel et historique ainsi qu'une proportion suffisante d'œuvres nationales.

Leurs programmes doivent répondre à des exigences déontologiques spécifiques (formellement mentionnées dans le *broadcasting act*, chapitre 26 relatif aux obligations des chaînes publiques) comme le respect de la dignité humaine ou le respect des opinions politiques et croyances religieuses des différentes nationalités.

Elles doivent diffuser à leur demande, sans délais, et sans y apporter la moindre modification les communications officielles des pouvoirs publics.

Elles bénéficient d'un droit de priorité pour l'enregistrement et la diffusion des événements estoniens.

4.3.3. Financement

Le secteur audiovisuel public a longtemps relevé d'un financement mixte (budget de l'Etat et publicité) qui, en l'absence de redevance, a donné lieu à des conflits récurrents avec les radiodiffuseurs privés. Compte tenu de l'étroitesse du marché publicitaire, ceux-ci en revendiquaient le bénéfice exclusif. En 1998, ETV avait ainsi cessé la diffusion de publicité en échange d'un versement

compensatoire de la part des trois chaînes privées. Cet accord a été rompu dès l'année suivante.

En 2000, les subventions du Gouvernement ont représenté 58 % des ressources de la télévision publique, contre 26 % pour les recettes publicitaires.

En décembre 2001, une nouvelle loi est venue interdire la diffusion de toute publicité sur la télévision publique à compter de juillet 2002, répondant ainsi aux attentes des acteurs privés et clarifiant les missions respectives des diffuseurs publics et privés. Toutefois, en cas d'évènements exceptionnels (tels que les grandes manifestations sportives), la chaîne publique peut solliciter une autorisation exceptionnelle auprès du Conseil de la radiodiffusion. La radio reste partiellement financée par la publicité jusqu'en 2005.

En compensation, les chaînes privées sont légalement tenues de verser 30 millions de couronnes (1,9 millions d'euros) par an au secteur public, soit près de 15% de leur budget.

Le budget du secteur audiovisuel public est désormais inscrit dans un plan général de développement du secteur audiovisuel public (2003-2005), initié par le ministère de la culture et approuvé par le Parlement en juin 2002.

Pourtant, malgré l'approbation parlementaire, le budget attribué à la télévision publique pour 2003 (342 millions de couronnes, soit 21,8 millions d'euros) s'avère inférieur de 35% à ce qui été prévu dans le plan.

4.4. Contenu des programmes

4.4.1. Obligations d'ordre général

Les radiodiffuseurs sont soumis à un certain nombre de contraintes de programmation de nature générale :

- ils doivent consacrer quotidiennement (sauf les dimanches et jours fériés) 5 % au moins de leur temps de diffusion à des programmes d'information,
- ils peuvent se voir imposer la diffusion de messages d'urgence ;
- les programmes en langues étrangères doivent être accompagnés d'une traduction en estonien. Ceci n'est pas requis pour des émissions en direct ou des informations, mais la limite est fixée à 10% du volume hebdomadaire de diffusion, ni pour les programmes de radio destinés à une audience étrangère ;

- une radio doit émettre au moins 84 heures de programmes par semaine et une télévision au moins 56 heures (21 heures pour un service local ou par câble) ;
- le programme doit être identifié deux fois par 24 heures ;
- équilibre politique : des temps d'expression équivalents doivent être accordés aux différents mouvements politiques.

4.4.2. Œuvres audiovisuelles

Mesures de promotion des œuvres

Les radiodiffuseurs doivent consacrer 10 % au moins de leur temps mensuel de diffusion (à l'exception des émissions d'information, retransmissions sportives, jeux, publicité, téléachat et télétexte) à des productions internes¹⁶ ; la moitié de ces productions internes doivent être diffusées entre 19 heures et 23 heures.

Un radiodiffuseur doit s'assurer que 51% du temps de transmission annuel (à l'exception des informations, des retransmissions sportives, des jeux, de la publicité, du téléachat et du télétexte) est consacré à la diffusion d'œuvres européennes.

Cette obligation de même que celle décrite ci-après ne s'appliquent pas aux diffuseurs strictement locaux.

Mesures de promotion des œuvres produites par des producteurs indépendants

Un radiodiffuseur doit s'assurer que 10% du temps annuel de transmission est réservé à la diffusion d'œuvres européennes de moins de cinq ans, émanant de producteurs indépendants du diffuseur.

Le producteur indépendant est défini comme suit :

- il s'agit d'un producteur dont le capital est partagé entre des entreprises estoniennes ou d'Etats membres de l'Union européenne ou du Conseil de l'Europe,

¹⁶ Définies comme : programmes relatifs à l'Estonie contemporaine ou au patrimoine culturel Estonien, produits par le diffuseur lui-même, ou en coopération avec des producteurs des Etats membres de l'UE, ou par des producteurs européens indépendants.

- ou dont le catalogue de droits appartient à des personnes physiques ou morales estoniennes, d'un Etat membre de l'Union européenne ou du Conseil de l'Europe,
- qui pendant les deux dernières années n'a pas réalisé plus de 90% de sa production pour un seul radiodiffuseur.

Il n'existe pas de préconisations concernant l'indépendance capitalistique dans cette définition.

Réalisations

L'entrée en vigueur des mécanismes de progressivité dans les réalisations est fixée au 1^{er} janvier 2003. Elle est constituée d'une montée en charge : 40 % en 2001 et 45 % en 2002 pour la proportion d'œuvres européennes ; 5 % en 2000, 6,5 % en 2001 et 8 % en 2002 pour la proportion d'œuvres de producteurs indépendants.

Les radiodiffuseurs doivent soumettre leurs statistiques de diffusion au ministre de la Culture chaque année avant le 15 février pour l'exercice précédent.

La part des productions locales est évaluée comme suit.

	Production locale	Importations	Origine des imports
Estonian Television	Nc	Nc	UK, Canada, US, Suède, Danemark, Allemagne, Finlande, Russie
Kanal 2	20%	80%	US, UK, France, Canada, Suisse, Suède, Allemagne, Australie, Russie, Mexique, Pays-Bas
TV3	35%	65%	France

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

N.B. : les données concernant la répartition entre production locale et achats des programmes diffusés sur ETV ne sont pas disponibles.

La part des productions étrangères reste limitée sur le marché estonien, puisque les grands formats internationaux donnent lieu à des adaptations locales et que quelques séries estoniennes sont également produites, essentiellement par la télévision publique. Ainsi, entre 2000 et 2002, la part des programmes en langue estonienne diffusés est passée de 47,1% du temps d'antenne à 56,4%.

Le plus grand producteur étranger est le scandinave STRIX, producteur mesures de promotion des oeuvres européennes : celles-ci impliquent parfois l'achat de production étrangères bon marché au détriment de *The Farm*, détenteur des droits du célèbre *Expédition Robinson*, et filiale du géant MTG.

La directive « Télévision sans Frontière » a été transposée de façon trop stricte aux yeux de certains acteurs estoniens, ne laissant plus la marge de liberté inscrite dans les texte originaux (« si possible »...). Cela concerne en particulier les de productions locales, déjà souvent difficiles à rentabiliser sur un marché aussi étroit.

4.4.3. Protection de l'enfance

La loi ne distingue pas explicitement entre les catégories de programmes susceptibles de nuire au développement des mineurs ou de leur nuire gravement, ces derniers devant être interdits. Elle établit cependant un régime d'interdiction (général) et des mesures de protection de l'enfance.

Elle énonce que la liberté de réception et de retransmission des programmes émanant d'Etats étrangers ne peut être entravée que si ces programmes portent manifestement et gravement atteinte aux principes éthiques et moraux et nuisent, en conséquence, au développement des mineurs ; par exemple, s'ils incitent à la haine raciale ou comportent des scènes de pornographie ou de violence gratuite.

La loi impose que les programmes susceptibles de nuire aux mineurs bénéficient d'horaires ou de modalités techniques de diffusion qui empêchent les mineurs d'y avoir accès, et que, pour les programmes non cryptés, ils soient précédés d'un avertissement sonore, ou accompagnés d'un symbole visuel.

4.4.4. Diffusion des événements d'importance majeure

Le principe de protection des événements d'importance majeure tel que prévu par la directive européenne a été transposé en droit estonien. **La liste de ces événements, arrêtée par le gouvernement le 6 mai 2003**, inclut : les festivals de danse et de chant estoniens, les Jeux Olympiques, les championnats du monde et d'Europe de football et d'athlétisme, le championnat du monde et le Coupe du monde de ski ainsi que l'ensemble des championnats européens organisés sur le territoire estonien.

4.5. Publicité, parrainage et téléachat

Ces dispositions sont réparties entre la loi sur la radio-télévision et la loi sur la publicité.

Elles sont extrêmement proches du régime établi par la directive européenne.

On peut noter deux spécificités :

- il est interdit qu'une influence sur le contenu du programme soit exercée, non seulement par le parrain, mais également par les annonceurs ;
- les messages publicitaires ou le téléachat ne peuvent être diffusés immédiatement avant ou après un office religieux.

Par ailleurs, en ce qui concerne la publicité pour l'alcool, celle pour les alcools entre 3 et 22 degrés est interdite à la radio et à la télévision entre 7 heures et 20 heures et celle pour les alcools de plus de 22 degrés l'est entre 7 heures et 21 heures.

Depuis mi-2002, la publicité est interdite sur la télévision publique (cf.supra).

4.6. Le soutien à la production

Il n'existe pas de loi spécifique sur le cinéma en Estonie.

Cependant **deux organismes publics participent au financement de la production** cinématographique.

La Fondation estonienne du film

La Fondation estonienne du film a été créée en 1997 pour reprendre les fonctions précédemment assumées par le ministère de la Culture. Sa commission d'experts est composée de 5 membres (cinéastes estoniens renommés) nommés pour 2 ans. **Elle est chargée de promouvoir le développement de la culture cinématographique nationale en soutenant la production de films, la formation et la recherche scientifique, la conservation du patrimoine cinématographique.** Elle est aussi chargée de la promotion des films estoniens à l'étranger. **Les subventions qu'elle alloue sont financées par le budget de l'Etat.** Son budget pour 2002 s'élève à 2,2 millions d'euros.

Les aides octroyées par la Fondation sont sélectives et réservées aux programmes projetés en salles. Elles visent à soutenir la production ou la distribution et **prennent la forme de subventions.**

Un expert, assisté par un autre professionnel lorsque le projet excède 20 000 euros, procède aux sélections.

Nombres d'aides accordées entre 2000 et 2002 :

- 2000 – 27 sociétés de production
- 2001 – 20 sociétés de production
- 2002 – 22 sociétés de production

Montant des aides accordées entre 2000 et 2002

Genres	2000	2001	2002	Total
Fiction	578 187	627 869	858 618	2 064 674
Animation	348 880	338 702	445 183	1 132 765
Documentaire	172 049	153 783	252 409	578 241
Aide à la distribution			42 182	42 182
Travaux scolaires	25 565			25 565
Total en euros	1 124 681	1 120 354	1 598 392	3 843 427
Autres	71 513	47 223	56 995	175 731

Le Fonds culturel estonien

Le Fonds culturel estonien, créé en 1996, a pour mission de soutenir les arts, la culture estonienne et les sports. Il est composé de 7 fondations dont l'une est dédiée à l'audiovisuel. **Les aides octroyées par le Fonds sont financées par des taxes sur l'alcool, le tabac, les jeux et la loterie.**

Soutien étatique à la production cinématographique	Dotation culturelle	Estonian Film Foundation
1998	528 285 €	1 128 718 €
1999	366 734 €	1 241 667 €
2000	528 462 €	1 241 667 €
2001	550 256 €	1 241 667 €
2002	550 256 €	2 201 115 €
2003	576 923 €	2 201 115 €

L'Estonie s'efforce ainsi, non sans succès, de **maintenir sa tradition de production cinématographique**, notamment en matière de films d'animation. Les financements restent toutefois insuffisants, même si **l'Estonie reste de loin celui des trois pays baltes qui apporte le plus de financements publics à la production cinématographique**.

5. L'AUTORITE DE REGULATION DE L'AUDIOVISUEL

Le Conseil de la radiodiffusion est la plus haute autorité de la radio et de la télévision publiques estoniennes. Elle **n'est compétente qu'à l'égard de la radio-télévision publique et ne peut être qualifiée « d'autorité de régulation de l'audiovisuel » au sens plein du terme.**

C'est le **Ministère de la Culture** qui contrôle les opérateurs privés en matière de programmes (voir chapitre 4.2). Il est également chargé de délivrer les licences pour les services de radiodiffusion, l'**Agence des Communications** contrôlant pour sa part le respect des conditions techniques. Celle-ci est chargée de la planification des fréquences et de la gestion du spectre. (Concernant l'allocation des fréquences et l'attribution des licences, voir le chapitre 4.1.2).

L'Estonie a donc fait le choix d'un système de régulation éclaté entre d'une part des organismes ministériels, notamment en charge du secteur privé, et une autorité spécifique au secteur public.

5.1. Statut

Conseil de la radiodiffusion
Texte fondateur : loi du 19 mai 1994
Nombre de membres : 9
Durée du mandat : pour les 5 parlementaires, liée à la durée du mandat du Parlement ; pour les 4 professionnels : 5 ans – reconductible
Mode de nomination : par le Parlement (Riigikogu) sur recommandation du Comité des affaires culturelles du Parlement : 5 membres en son sein sur le principe de l'équilibre politique, 4 professionnels du secteur audiovisuel Le Conseil est renouvelé par tiers tous les 2 ans
Désignation du président : par les membres du Conseil pour une durée maximale de 4 ans; il peut être démis de ses fonctions
Révocation des membres : possible par le Parlement en cas d'incapacité ou de situation d'incompatibilité
Incompatibilité pendant la durée du mandat avec l'appartenance au Gouvernement et la détention d'intérêts dans le secteur audiovisuel A l'issue du mandat : non

Le Conseil remet un rapport annuel sur ses activités au Parlement

5.2. Compétences

La définition générale des compétences du Conseil par rapport à la radio-télévision publique est la suivante :

- définition du nombre de services offerts par la radio-télévision publique,
- contrôle de son activité et de ses programmes,
- approbation de ses statuts,
- nomination et révocation du conseil d'administration et du président pour des mandats d'une durée maximale de 5 ans,
- approbation de la stratégie et des plans de développement,
- approbation des budgets et contrôle de l'exécution budgétaire,
- approbation et soumission au Parlement des plans stratégiques et des rapports annuels,
- proposition des projets de budgets annuels au Ministre de la Culture et négociation de ces budgets avec le ministre des Finances,
- établissement des modalités des campagnes électorales diffusées par la radio-télévision publique.

5.3. Moyens

BUDGET
Montant annuel : 77 000 euros
Origine : budget de l'Etat
PERSONNEL
Nombre de collaborateurs :

5.4. Bilan

Le Conseil dispose d'un champ de compétences restreint dans la mesure où ses fonctions sont limitées au seul secteur public.

En outre, au sein de la sphère publique, ses compétences sont également limitées :

- il n'a pas de pouvoir normatif,
- il n'octroie pas les licences,

- il ne contrôle pas le contenu des programmes, à l'exception des programmes d'information ou liés à la politique.

La question de la création d'un organe de régulation national, compétent à l'égard des acteurs publics et privés, a été longuement débattue à l'occasion de l'adoption de la loi sur la communication audiovisuelle, sans toutefois être tranchée.

L'instauration d'un tel organe est aujourd'hui inscrite dans le plan de développement du secteur audiovisuel pour 2003-2006 établi par le ministère de la culture. Toutefois, les experts du secteur expriment leurs réserves quant à une traduction concrète de ce projet.

On peut relever que **la question du contrôle des programmes**, diffusés notamment par les chaînes privées, **n'est pas encore réglée** ; les moyens humains, matériels et financiers ne sont pas suffisants.

Le système est globalement caractérisé par l'absence de blocs de compétences cohérents au profit de telle ou telle instance.

Sur un même sujet, par exemple l'exercice de l'activité de radiodiffuseur, interviennent :

- le Gouvernement dans son activité normative,
- la Parlement, dont l'approbation est requise en de multiples occasions,
- le Ministère de la Culture et le Comité national de la communication dans leur contrôle des opérateurs privés (aspects qualitatifs et techniques),
- le Conseil de la radiodiffusion pour le contrôle des radiodiffuseurs publics.

6. GRANDS ENJEUX ET DEBATS ACTUELS

La publicité sur la radio-télévision publique a longtemps constitué la source majeure de polémique agitant le paysage audiovisuel estonien. Ce débat s'est éteint en juin 2002 avec la mise en oeuvre d'une loi supprimant toute forme de publicité sur le service public audiovisuel¹⁷. Mais l'avenir du secteur public reste problématique.

A ce jour, le renouvellement des licences des chaînes privées – à échéance fin 2004 – représente l'enjeu principal du secteur audiovisuel, sans toutefois susciter de polémiques particulières.

Par ailleurs, **le respect des normes européennes et l'amélioration du système de régulation sont des enjeux important pour l'avenir.**

6.1. *Le respect de l'acquis communautaire*

6.1.1. Les mesures de promotion des œuvres européennes

La majorité des acteurs estoniens estime que la politique en matière de quotas de production et de diffusion devrait être nettement plus flexible afin de tenir compte des spécificités propres aux petits pays, notamment au regard de leurs ressources limitées et de l'étroitesse du marché publicitaire.

En effet, il est selon eux nettement plus difficile de développer des productions locales, lesquelles requièrent des moyens techniques et financiers considérables, que d'acheter des packages de programmes, provenant notamment des Etats-Unis, ces derniers pratiquant des tarifs plus concurrentiels que la plupart des Etats européens.

Pour nombre d'acteurs, **les chaînes privées n'ont simplement pas les moyens financiers nécessaires pour être en conformité avec les prescriptions de la directive TVSF,** notamment en ce qui concerne les quotas.

Parallèlement, **la question de la préservation de la production nationale soulève de vives inquiétudes.** En effet, la directive Télévision sans frontières qui interdit la discrimination sur la base de la nationalité, intègre la production nationale au cœur de la production européenne, cette dernière excluant l'information, les événements sportifs, les jeux, les services de télétexte et de

¹⁷ Dès juin 2002 pour la télévision et à partir de janvier 2005 pour la radio.

téléachat. Or, les chaînes estoniennes font d'importants efforts financiers pour produire leurs propres bulletins d'information, pour doubler ou sous-titrer les événements sportifs ou maintenir des programmes nationaux de divertissement. Exclure ces catégories de la définition des « oeuvres européennes » ou de l'assiette de calcul des obligations en la matière et par conséquent nationale, s'avère, selon les experts, néfaste en termes de soutien à la production nationale, de développement du secteur audiovisuel et de maintien de son économie.

6.2. L'avenir du secteur public

6.2.1. Financement

L'absence de redevance, conjuguée à la diminution du budget de l'Etat et à la suppression de la publicité, sont responsables de la précarité financière du groupe public, malgré la compensation versée par les chaînes privées. Les difficultés financières du groupe public sont telles que le projet de lancement d'une seconde chaîne publique, estimé à 11,5 millions d'euros, a dû être abandonné. L'Estonie est donc le seul des pays accédants à ne disposer que d'une seule chaîne publique. En outre, la chaîne publique s'est vue contrainte de stopper la diffusion des programmes les plus onéreux, notamment le sport et l'information. Alors même que ce type de programme fait partie de ses obligations légales.

Selon ETV, **le budget alloué à la chaîne est insuffisant pour maintenir les exigences d'un service public de qualité**. Or, le Parlement refuse de l'augmenter puisque la chaîne n'est pas leader sur le marché, alors même que les missions de service public qui lui incombent, conjuguées à son mode de financement, ne lui permettent pas de diffuser les programmes qui renforceraient sa position.

Certains acteurs estiment que **le groupe public souffre d'un manque de prise en considération au niveau national**. Si personne ne remet – ouvertement – en cause la nécessité d'un service public de l'audiovisuel, les moyens financiers dont il a besoin sont trop souvent négligés.

6.2.2. Structure

Au titre des changements structurels probables du secteur audiovisuel, mais qui ne génèrent pas de réactions vives, **la question de la réunion de la télévision et la radio publiques en une seule entité est à l'ordre du jour**.

Une telle mesure répondrait, le cas échéant, à deux enjeux majeurs pour l'audiovisuel estonien :

- **une meilleure prise en considération des activités publiques**, de leur gestion et de leur financement dans le secteur audiovisuel si ces dernières étaient regroupées au sein d'un seul et même pôle ;
- **limiter l'éclatement des opérateurs agissant** dans le secteur audiovisuel.

6.3. La refonte du système de régulation

La régulation fait l'objet d'un double débat, répondant cependant à un objectif commun :

- **faut-il instituer un organe unique, compétent tant à l'égard des chaînes publiques que privées ?**

Ce débat, lancé de longue date, répond à **l'idée de se doter d'un régulateur capable de contrôler l'intégralité des acteurs de l'audiovisuel**, à l'instar de la quasi-totalité des pays accédants, en poursuivant des missions clairement définies grâce à des moyens adaptés, ce qui n'est pas le cas à ce jour en Estonie. En effet, les missions d'inspection du secteur audiovisuel sont éclatées. La division des médias du ministère de la culture recoupe la fonction de l'autorité de régulation (qui elle n'est compétente qu'à l'égard du diffuseur public). Et, de fait, la réalité d'un quelconque contrôle est pour le moins compromise. Cependant, **le caractère libéral du marché d'une part, et la pression des opérateurs privés d'autre part, rendent peu probable la création d'un régulateur unique**, malgré l'inscription de cette mesure dans le plan de développement du secteur audiovisuel public.

- **faut-il se doter d'un seul organisme pour les secteurs de l'audiovisuel et des télécommunications ?**

Cette question, abordée de manière récurrente, ne suscite pas de débats majeurs. Il semble que la création d'un organisme unique compétent à la fois à l'égard des secteurs de l'audiovisuel et des télécommunications soit **un autre moyen de soumettre les opérateurs privés à une forme de contrôle**.

7. SYNTHÈSE CONCLUSIVE

7.1. *Marché*

Le niveau d'équipement en biens audiovisuels de base (postes de télévision et de radio) **est très élevé en Estonie**. En revanche, les équipements plus récents ne bénéficient pas encore de taux de pénétration importants (magnétoscopes, lecteurs DVD, ordinateurs), même si l'utilisation d'Internet est aujourd'hui de plus en plus répandue. Au total, le marché audiovisuel estonien est l'un des plus faibles des pays candidats, ne devant que la Lettonie et Malte.

Les ressources du secteur audiovisuel proviennent presque uniquement de la publicité et des budgets publics. **Le marché audiovisuel estonien se caractérise ainsi par un poids important des ressources publiques** (près de 40% du chiffre d'affaires total du secteur).

Le marché audiovisuel estonien est dominé par quatre principaux acteurs : le groupe SKY MEDIA (premier acteur dans le domaine de la radio), EESTI TELEVISIOON (ETV) - EESTI RAADIO (groupe public disposant d'une chaîne de télévision et de quatre stations de radio), MTG (groupe suédois contrôlant la chaîne de télévision leader TV3 ainsi que la chaîne premium TV 1000 et la station de radio STAR FM en Estonie) et enfin TELE2 (opérateur de télécommunication très présent dans l'Internet). Ainsi, aucun acteur local privé n'émerge, certainement en raison de l'étroitesse du marché et de la nécessité de pouvoir créer des synergies internationales pour y effectuer des investissements rentables.

Le paysage télévisuel estonien est dominé par quatre chaînes mais il reste assez fragmenté, près d'un tiers de l'audience se répartissant entre un grand nombre de chaînes thématiques internationales et des chaînes étrangères. TV3 est la chaîne de télévision la plus puissante du marché avec 25% de part d'audience. Elle est suivie par KANAL2, chaîne privée existant depuis 1993, qui obtient une part d'audience de 20%. La chaîne publique ETV réalise une part d'audience moyenne de 19%. Enfin, PERVIJ BALTIJSKI, chaîne privée issue de la chaîne russe ORT, attire en moyenne 7% des téléspectateurs.

Le marché publicitaire télévisé, relativement limité (24% de part de marché publicitaire plurimédia), est très concentré : les trois chaînes privées se répartissent la totalité des revenus. L'interdiction de la publicité sur la chaîne publique ETV en 2002 a encore renforcé les positions dominantes de ces chaînes. **Avec la stabilisation du paysage après trois années fortement bouleversées, le marché publicitaire TV pourrait connaître une forte**

croissance dans les années à venir et atteindre une part de marché plurimédia de 30% (contre 24% aujourd'hui).

La radio est également un secteur très concentré puisque trois groupes regroupant plusieurs stations se partagent plus de 80% de l'audience : EESTI RAADIO, groupe 100% public, et deux groupes privés (AS TRIO LSL, SKY MEDIA). La plupart des stations de radios souffrent de graves difficultés financières. La disparition de la publicité sur les radios publiques pourrait leur permettre de bénéficier de revenus publicitaires supplémentaires, mais à condition que ceux-ci ne se concentrent pas sur les deux leaders privés. Sinon, ces petites stations risquent de voir leurs difficultés accrues, surtout si l'on applique à la radio le même système compensatoire qu'à la télévision – c'est à dire le prélèvement de fonds privés pour subvenir aux nouveaux besoins du secteur public.

Le cinéma constitue un média majeur dans le paysage audiovisuel estonien. En dépit d'un réseau d'exploitation très limité, il représente un poids important dans les revenus audiovisuels estoniens (13,5% contre 6,1% pour la moyenne des pays candidats à l'entrée dans l'Union Européenne). Avec le développement des multiplexes (dont le premier a été inauguré en mars 2001), les ressources en provenance du cinéma pourraient être amenées à croître encore dans les années à venir. La production nationale reste cependant très limitée (3 productions nationales en 2002). Si le marché de la distribution est partagé entre une dizaine de sociétés, il est dominé par un leader (le groupe MPDE) qui réalise près de 90% des revenus du box office estonien.

Le secteur Internet est remarquablement bien développé en Estonie. En effet, 39% des Estoniens utilisent régulièrement Internet. Tous les fournisseurs d'accès sont des sociétés privées : DELFI (qui appartient à AS Microlink), NETI (de l'opérateur historique de télécommunications AS Eesti Telefon) et EVERYDAY (propriété du géant suédois des télécommunications Tele2). Les investissements publicitaires sur le média Internet restent cependant marginaux (1,25 million d'euros par an).

La distribution physique de contenus est pour sa part contrôlée par 3 groupes essentiellement : SONATIIN (présent dans les trois pays baltes), V&K HOLDING (propriétaire de la chaîne de magasins Videoplanet, également présente en Lettonie) et BDG VIDEO. Les prix de vente sont ceux des marchés occidentaux.

La production télévisuelle est assez développée en Estonie, les grands formats internationaux donnant lieu dans la plupart des cas à des adaptations locales. Elle est dominée par deux acteurs : la maison de

production télévisuelle leader, EETRIÜKSUS, plus connue sous le nom de RUUT, et FILMIMEES.

7.2. Politiques publiques

La **radio et la télévision publiques** estoniennes ont été fondées en **1990** et la **loi sur la radio-télévision**, base du cadre juridique audiovisuel actuel, date de **1994**, de même que la création du **Conseil de la radiodiffusion, autorité** qui n'est compétente qu'à l'égard de la télévision publique.

Le **ministre de la Culture** et l'**Agence nationale des communications** jouent par conséquent des rôles importants.

L'**Agence des communications** est ainsi chargée de la **planification des fréquences** et de la gestion du spectre et le **ministre de la Culture** délivre les **licences** pour les services de radiodiffusion.

Ce sont ces deux institutions qui encadrent les opérateurs privés, l'Agence des communications contrôlant le respect des conditions techniques, et le **ministre de la Culture**, via le département des médias, **contrôlant le respect des obligations en matière de programmes**.

Il n'y a aucune restriction en matière de propriété des services de radiodiffusion.

Au niveau de l'organisation du marché, l'Estonie mène une politique volontariste vers la « **société de l'information** » et a été le premier des trois pays baltes à libéraliser et privatiser le secteur des **télécommunications** (aucune limite n'a été fixée aux investissements étrangers), influencée par son voisin Finlandais. La **forte pénétration d'Internet** dans le pays est le résultat de cette politique libérale.

Par ailleurs, dans le but d'ouvrir le marché, **il existe des limitations à l'exercice d'activités à la fois dans le câble et dans la téléphonie** (règles anti-concentrations).

Le secteur audiovisuel public a longtemps relevé d'un financement mixte (budget de l'Etat et publicité) qui, en l'absence de redevance, a donné lieu à des conflits récurrents avec les radiodiffuseurs privés. En décembre 2001, une loi est venue **interdire la diffusion de toute publicité sur la télévision publique**. En compensation, **les chaînes privées sont légalement tenues de verser 30**

millions de couronnes (1,9 millions d'euros) par an au secteur public, soit près de 15% de leur budget.

La télévision publique estonienne ETV doit diffuser 51 % de programmes estoniens.

Du point de vue de la diffusion d'œuvres européennes, la directive « Télévision sans Frontière » a été transposée de **façon trop stricte aux yeux de certains acteurs estoniens**, ne laissant plus la marge de liberté inscrite dans les textes originaux (« si possible »...).

En ce qui concerne la production indépendante, **10% du temps annuel de transmission est réservé à la diffusion d'œuvres européennes** émanant de producteurs indépendants.

Les règles en matière de publicité sont extrêmement proches **du régime établi par la directive européenne.**

Le Conseil de la radiodiffusion dispose d'un champ de compétences restreint dans la mesure où ses fonctions sont limitées au seul secteur public. **La question de la création d'un organe de régulation national**, compétent à l'égard des acteurs publics et privés, a été longuement débattue à l'occasion de l'adoption de la loi sur la communication audiovisuelle, sans toutefois être tranchée.

On peut relever que **la question du contrôle des programmes**, diffusés notamment par les chaînes privées, **n'est pas encore réglée** ; les moyens humains, matériels et financiers ne sont pas suffisants.

Le système est globalement caractérisé par l'absence de blocs de compétences cohérents au profit de telle ou telle instance.

D'une manière générale, les experts déplorent la **faiblesse de la politique audiovisuelle nationale** et **une prise en considération insuffisante des difficultés rencontrées par les radiodiffuseurs publics.**

Les trois principales sources d'incertitudes concernent :

- **le financement de la télévision publique**, du fait de l'absence de mécanisme de redevance et de la suppression de la publicité il y a près d'un an. Bien que le Parlement ait adopté un plan de développement du secteur public (2002-2005) et prévu le budget alloué au secteur, il n'a pas été en mesure de tenir ses engagements ;

- le développement de la production nationale ;
- le respect des quotas européens par les diffuseurs privés.

Aucune modification législative n'est prévue à ce jour. Le principal évènement concernant la sphère audiovisuelle annoncé est **le renouvellement des licences des diffuseurs privés fin 2004.**

7.3. Conclusion

Le marché audiovisuel estonien est, en volume, l'un des moins développés des pays candidats. Cette donnée correspond en fait au niveau global de l'économie d'un petit pays comptant moins de 1,4 million d'habitants. L'audiovisuel estonien a cependant deux particularités, par rapport à ses voisins baltes : le nombre d'acteurs est en accord avec l'étroitesse de son marché, et une forte croissance des revenus du secteur est nettement prévisible.

Cette expansion des ressources aura au moins deux médias sources : le cinéma et la télévision. En effet, le premier multiplexe a été ouvert dans la capitale en mars 2001 et l'augmentation du nombre d'entrées qu'il suscite se poursuit. Mais la principale source d'expansion du marché audiovisuel estonien sera clairement la publicité télévisée. Le paysage télévisuel a connu trois années de profonds bouleversements. En particulier, la chaîne privée TV1 (du groupe polonais POLSAT) a fait faillite et la publicité est interdite depuis décembre 2001 sur la chaîne publique. Ces événements ont certes limité l'espace disponible pour les annonceurs, mais ils ont donné naissance à un paysage télévisuel attractif et stabilisé autour de deux puissants acteurs, aux positions d'autant plus fortes : le suédois MTG et le norvégien SCHIBSTED. Le premier est rentable depuis plusieurs années déjà et le second l'est depuis le fin 2002. Il est par ailleurs peu probable de voir émerger un nouvel acteur dans la mesure où il a été décidé de ne plus accorder de nouvelle licence. On s'attend, dans ce contexte de maturité et de stabilité, à une forte croissance des investissements publicitaires et à un poids accru de la télévision dans les ressources plurimédia.

La décision de supprimer la publicité dans les médias publics pose cependant plusieurs questions. L'extension de cette loi à la radio publique début 2005 n'aura vraisemblablement pas le même impact qu'en télévision dans la mesure où le groupe de radios publiques est leader en audience et concentre la majorité des revenus publicitaires. Il est encore trop tôt pour dire si les investissements augmenteront, si leur redistribution se fera au profit des deux principales radios privées concurrentes ou plutôt en faveur d'autres médias plus puissants...

Les lois de suppression de la publicité sur les radios et télévision publiques mettent en lumière et accentuent les difficultés de financement de celles-ci. L'augmentation des fonds publics qui leur sont alloués et les taxes prélevées sur les acteurs privés pour compenser le manque à gagner ne suffisent pas, loin s'en faut, au financement des médias publics. Le problème est encore plus aigu en radio où de nombreux acteurs privés ne pourraient vraisemblablement pas acquitter leur dû aux stations publiques sans mettre en péril leur survie.

Tout en tenant compte des incertitudes liées à l'évolution du secteur public, les conditions semblent réunies pour une croissance et une consolidation du marché audiovisuel estonien. Il n'en est pas de même en ce qui concerne la mise en application de l'acquis communautaire et la bonne régulation publique du secteur. Les réticences des opérateurs à l'égard des normes européennes sont fortes, qu'il s'agisse des quotas, de la publicité et du parrainage ou de la protection de l'enfance.

Face à cette situation, les pouvoirs publics sont en retrait. Il n'y a pas de volonté politique nette de mettre en place une régulation unifiée du secteur ni un contrôle des opérateurs. Secteurs privé et public sont d'accord pour considérer qu'une solution pourrait venir d'un allègement des règles prenant en compte les spécificités des petits pays dans le cadre de la révision de la directive.

8. SOURCES

8.1. *Références bibliographiques*

- *Systèmes de radio et télévision en Europe*, chapitre Estonie par Ph. D Epp Lauk, Observatoire européen de l'audiovisuel
- *The development of the audiovisual landscape in central Europe since 1989*, chapitre Estonie Margo Veskimagi et Triin Susi, 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

8.2. *Sites Internet*

- 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.mediafacts.com
- www.kul.ee

8.3. *Entretiens*

- JOESAAR Andres – Directeur de l'e-commerce de Tele 2 Eesti et Président du Broadcasting Council
- KRISTENPRUN Sigrid – Ambassade d'Estonie à Paris, Déléguée à l'information
- LAANSALU Erika – Chairman of the Board of the Estonian audiovisual authors association
- LIISKE Marge – Département des relations internationales de la Fondation du film estonien, Media desk
- LUGIMA Raivo – Directeur de Filmimees
- MIRME Olle – Directeur des acquisitions de Kanal 2

- ORU Urmas – Directeur des programmes de Kanal 2
- PAADAM Juhan – Directeur des relations internationales de ETV
- RANNU Salme – Directeur adjoint des programmes de ETV
- RUIL Helle – Directeur juridique de Kanal 2
- RUUSSAAR Ainar – Directeur des programmes de ETV
- SAARNA Ain – Directeur de Eesti Raadio
- SHEIN Hagi – Membre du Conseil de la radio-diffusion
- SOOKRUUS Peter – Ministère de la culture, Directeur du département de l'intégration européenne
- UIBO Tiia – Assistante de presse, Ambassade de France a Tallinn
- VAHER Pille – Délégation en Estonie, service d'information
- VARA Toomas – Directeur de TV3