

**OBSERVATIONS DE LA FIAD POUR LA CONSULTATION PUBLIQUE
POUR LA REVISION DE LA DIRECTIVE TELEVISION SANS
FRONTIERES ET PLUS SPECIALEMENT LE DOCUMENT DE LA
COMMISSION EUROPEENNE POUR LA CONFERENCE DE LIVERPOOL**

La FIAD apprécie la possibilité offerte par la Commission européenne de s'exprimer sur les documents de travail. Nous souhaitons présenter des remarques générales et des remarques plus spécifiques à chaque document.

REMARQUES GENERALES :

La Commission européenne a établi des documents particulièrement pertinents concernant les problèmes juridiques et économiques relatifs à la révision de la directive 'Télévision sans frontières'. Cette approche, qui tient compte de l'évolution des techniques et d'une nécessaire adaptation des règles de droit à cette évolution, doit être complétée par une remise en perspective des préoccupations des professionnels du cinéma. Ces préoccupations, nous en sommes persuadés, rejoignent celles des décideurs européens et devraient servir de ligne directrice à toute réflexion sur l'avenir de la diffusion d'images en Europe.

Une préoccupation politique et culturelle :

L'Europe reste éloignée des citoyens. A l'origine de la construction européenne, il y avait le vœu d'éviter le renouvellement des conflits armés qui ont tellement marqué notre continent : la mise en commun du charbon, de l'acier et la création de la politique agricole commune avaient été les premiers pas de cette construction, s'inscrivant pleinement dans cet objectif. Ce qui depuis des millénaires permettait la guerre et était l'objet de la guerre faisait maintenant l'objet d'une action politique commune.

Les nouvelles générations considèrent la paix en Europe comme un acquis et ne sont plus sensibles à ce qui constituait l'engagement des pères fondateurs de l'Europe ; toutes les étapes de la construction européenne, dès qu'elles deviennent effectives, semblent ne pas devoir être remises en cause et aller de soi. Le citoyen européen trouve normal de ne pas avoir à montrer son passeport dans la zone Schengen, ni de devoir changer de monnaie dans la zone euro. Pour autant sa perception d'une 'citoyenneté européenne' reste limitée : il n'est que de voir les débats dans certains pays autour de la constitution européenne, des aides et de la réforme de la PAC !

Les décideurs politiques européens ne peuvent ignorer cet état de fait. On cherche à rapprocher l'Europe des citoyens en expliquant mieux le fonctionnement des institutions de l'Union mais la connaissance des cultures et des modes de vie des autres pays est indispensable à l'émergence de cette citoyenneté européenne.

De tous les modes d'expression, celui des images est le plus à même d'atteindre facilement le citoyen européen, de lui rendre familier les paysages, les modes de vie et les cultures des autres pays.

Le film, que ce soit le documentaire qui montre ce qui se passe ailleurs ou la fiction qui raconte une histoire, est particulièrement adapté pour cela. Sa diffusion dans les salles de cinéma ou sur les chaînes de télévision est une préoccupation des responsables politiques : le programme MEDIA apporte des aides à la production, à la distribution et à l'exploitation et vient conforter l'action des professionnels du cinéma.

Films en salles – films à la télévision : conforter le programme MEDIA par la directive Télévision sans frontières :

- la production de films :

La production cinématographique dans les vingt-cinq pays membres de l'Union européenne atteint un niveau quantitatif considérable : 764 films en 2004, selon les statistiques de l'Observatoire européen de l'audiovisuel, contre 491 en 1994. Dans l'Europe des 15 la production est passée de 446 titres à 689 : l'augmentation est donc importante dans tous les pays de l'Union.

- le film en salles :

Dans les salles de cinéma, la fréquentation est passée de 870 millions en 1999 à 1,005 milliard d'entrées, résultat de l'action des professionnels et du soutien des pouvoirs publics. La part de marché des films européens est de 26,5%, celle des films dits 'reste du monde' est de 2,1%, la part la plus importante étant celle des films américains soit 71,4%.

Si la part de marché des films européens n'est pas négligeable, elle devient faible si l'on examine celle des films européens non nationaux qui est de l'ordre de 6 à 7%, le programme MEDIA contribuant progressivement à renforcer la diffusion du film en salles. Il convient de poursuivre les efforts en dotant le programme MEDIA 2007 d'un budget conséquent : cette question n'est pas à l'ordre du jour de la conférence de Liverpool mais doit rester présente à l'esprit.

- le film à la télévision :

Les chaînes de télévision consacrent en moyenne environ 10% de leur programmation de films à des films européens non-nationaux (ENN).

Depuis 1989 les effets combinés du programme MEDIA et de la directive Télévision sans frontières ont permis la constitution d'une industrie européenne des programmes audiovisuels et cinématographiques : le nombre de films produits chaque année en est la preuve.

Mais la diffusion des films reste insuffisante par les chaînes de télévision :

- les statistiques recouvrent des moyennes : dans certains pays eux-mêmes producteurs de films, la diffusion de films ENN est quasi nulle ; les études menées pour la préparation de la conférence de Liverpool montrent que les 'petits pays' ont un taux de diffusion non

négligeable, ce qui n'est guère surprenant du fait du faible nombre de films qu'ils produisent. Il en est de même pour les pays se trouvant dans la zone linguistique ou culturelle d'un 'grand pays'.

- le problème économique est primordial pour une bonne santé du secteur cinématographique :

- accès aux ventes à la télévision pour les films et ressources complémentaires pour les producteurs et les distributeurs

- meilleure connaissance par les spectateurs / téléspectateurs des films produits en Europe

Points indispensables :

1) déconnecter la prise en compte dans les quotas des programmes de flux et des programmes de stock :

- les programmes de flux pour des raisons linguistiques et culturelles circulent peu ou pas du tout ; au contraire un programme de flux qui a du succès dans un pays n'est pas diffusé dans les autres pays mais adapté pour leurs spectateurs: il y a un marché des concepts, pas des programmes eux-mêmes.

2) avoir une connaissance de la diffusion des films ENN et entrer dans une politique volontariste :

- demander à l'Observatoire européen de l'audiovisuel de relever les films ENN diffusés par les chaînes de télévision
- adresser cette liste tous les six mois aux décideurs politiques (Commission, ministres, parlementaires européens)
- décerner le prix de la chaîne faisant le plus d'efforts

Cette proposition peut paraître anecdotique ; elle est indispensable :

- il paraît illusoire d'avoir un ajustement de la directive pour avoir un sous-quota non national : il ne devrait pas y avoir de majorité des Etats sur ce point
- on ne peut envisager un financement pour organiser un soutien pour la diffusion des films : les moyens du programme MEDIA n'y suffiraient pas
- dès lors la mise en œuvre d'un 'cercle vertueux' semble une solution à rechercher.

*
* *

DOCUMENT 1 :

REGLES APPLICABLES AUX SERVICES A CONTENU AUDIOVISUEL

Question 1 : La compétence matérielle

La FIAD est favorable à un cadre général, applicable à toute forme de fourniture électronique du contenu audiovisuel comportant :

- une application à tous les services audiovisuels des règles fondamentales concernant la protection des mineurs et de la dignité humaine, et les objectifs d'intérêt général similaires.
- une application des règles de la Directive TVSF adaptées aux services audiovisuels linéaires (services de télévision traditionnelle, de la diffusion sur le WEB, de la diffusion en flux (streaming) des services quasi-vidéo à la demande.

Concernant les petits opérateurs de services linéaires (chaînes thématiques du câble), la FIAD n'est pas favorable à l'idée de leur imposer des obligations plus légères (notamment en ce qui concerne les articles 4 et 5 de la Directive).

REGLES FONDAMENTALES :

1. Protection des mineurs et de la dignité humaine

La FIAD approuve le fait que le soin de définir les règles de protection, en la matière reste de la compétence des Etats Membres.

2. Identification du contenu commercial

Voir nos observations à propos du document 4

3. Identification de base - exigences en matière de cartouches de titre

La FIAD soutient le principe d'une obligation systématique d'identification de base des fournisseurs de services audiovisuels.

Question 2 : La compétence territoriale

Dispositions relatives aux services de contenu audiovisuel linéaires :

- Détermination de l'Etat Membre compétent et mesures à prendre à l'encontre des radiodiffuseurs qui se soustraient à la législation.
- La jurisprudence de la Cour Européenne condamne les pratiques qui ont pour objet de soustraire un radiodiffuseur à la législation d'un Etat Membre qui représente cependant le marché dominant du radiodiffuseur concerné.

DOCUMENT 3 :

DIVERSITE CULTURELLE ET PROMOTION
DES PRODUCTIONS AUDIOVISUELLES EUROPEENNES ET INDEPENDANTES

La FIAD attache le plus grand prix aux articles 4 et 5 de la Directive tout en regrettant que les œuvres de flux comptent pour les quotas avec les œuvres de stock. Il en résulte que les films de cinéma européens sont très peu diffusés en dehors de leurs pays d'origine, dans le cadre de l'Union.

L'éviction des programmes de flux pourrait améliorer la circulation des œuvres de stock, notamment des films de cinéma, ce qui est une préoccupation partagée par la Commission et les organisations professionnelles du cinéma.

Enjeu 1 : Services non linéaires

Pour la distribution des films en ligne (la vidéo à la demande : V.O.D.), il convient de prévoir des mesures européennes visant à la promotion des films européens, afin d'éviter que les services non linéaires, soient un débouché exclusif pour les films américains.

Ces mesures pourraient être les suivantes :

- une contribution à la charge des prestataires de services en ligne à la production européenne de films de cinéma et de téléfilms
- conformément aux propositions de la Commission dans ces documents de synthèse, obligation pour les services en ligne d'incorporer dans leurs catalogues une proportion majoritaire de contenu européen
- encadrement de l'accès aux services en ligne. Priorité aux contenus européens sur le guide électronique de programmes.

Il devrait s'agir de mesures minimales pouvant être renforcées par les Etats Membres.

Enjeu 2 : Surveillance de l'application des articles 4 et 5 de la directive par les Etats membres

Le monitoring actuel est un élément positif mais il pourrait être amélioré. La suggestion faite de soumettre les relevés de programmes des radiodiffuseurs à un audit indépendant constitue une recommandation pouvant améliorer la présentation et la transparence des données transmises. Il en est de même de celle consistant à autoriser les associations représentant les

producteurs à consulter préalablement les statistiques des Etats Membres avant qu'elles soient transmises à la Commission. Il conviendrait que ces relevés fassent bien apparaître séparément les programmes de stock et les programmes de flux. On notera seulement que dans certains cas la vente de programmes, et notamment de films, aux chaînes n'est pas faite par le producteur mais par le distributeur du pays de radiodiffusion de l'œuvre. Cette possibilité d'examen préalable devrait donc être étendue aux organisations de distributeurs.

Enjeu 3 : Encourager la production et la distribution de coproduction européennes

L'inclusion des programmes de flux dans la notion d'œuvres européennes décomptées au titre de l'article 4 de la Directive aboutit à gonfler artificiellement la quota par des programmes qui n'ont pas vocation à « circuler ».

Ce n'est qu'en provoquant un effet d'éviction des programmes de flux par les programmes de stock qu'une réelle dynamique d'échanges d'industries de programmes sera envisageable.

Des mécanismes bilatéraux existent entre les Etats pour encourager les coproductions qui sont bien sûr déjà diffusées sur les télévisions. Selon l'Observatoire européen par exemple 990 heures de films importés diffusées en 2003 en RFA mais seulement 82 heures au Danemark.

Le document de la Commission évoque des encouragements pour la production et la distribution de coproductions européennes, sans donner de détails ni faire de suggestion : un engagement plus formel est indispensable, à défaut d'une recommandation concernant un sous-quota européen non-national. Des mesures sinon contraignantes du moins incitatives devraient être mises en place (voir notre proposition en fin de 'remarques générales').

Enjeu 4 : Notion de 'producteur indépendant'

Les radiodiffuseurs ont pour mission la diffusion des œuvres. En revanche, la commercialisation par d'autres médias et sur des marchés tiers, constitue une activité commerciale spécifique qui devrait rester au producteur indépendant et cela devrait faciliter la circulation des œuvres.

*

* *

DOCUMENT 4 :

COMMUNICATIONS COMMERCIALES

I. REGLES COMMUNES A TOUS LES SERVICES DE COMMUNICATIONS COMMERCIALES AUDIOVISUELS

1. Notion de communication commerciale

La commission envisage une nouvelle définition des communications commerciales audiovisuelles ayant pour effet de couvrir les différentes formes de publicité télévisée incluant les écrans partagés, la publicité interactive, le placement des produits).

Ainsi, certaines pratiques deviendraient autorisées, mais ceci aurait deux effets :

- augmentation du volume des insertions publicitaires
- pression accrue sur les films de cinéma et téléfilms pour lesquels un régime de non insertion de publicité avant 45 minutes est prescrit alors qu'il est hautement souhaitable de préserver l'intégrité des ces oeuvres.

Cette question nécessite une concertation entre producteurs, auteurs, et la commission afin de trouver une solution sauvegardant la diversité culturelle et le pluralisme des contenus.

2. Règles sur la dignité humaine et la protection des mineurs

Les services non linéaires doivent être assujettis à ces règles.

3. Règles relatives à des considérations de santé publique (tabac, alcool, médicaments)

Même observation.

II - REGLES QUANTITATIVES SUR LES PUBLICITES TELEVISEES

LIMITES HORAIRES ET QUOTIDIENNE DE PUBLICITE

Il n'y a pas lieu de remettre en cause ces limites

*

* *

DOCUMENT 5 :

PROTECTION DES MINEURS ET DE LA DIGNITE HUMAINE
DROIT DE REPOSE

La FIAD confirme les positions déjà prises à ce sujet dans ses observations.

*

* *

DOCUMENT 6 :

**PLURALISME DES MEDIAS : QUEL DEVRAIT ETRE LE ROLE DE L'UNION
EUROPEENNE ?**

Il conviendrait de fixer une doctrine concernant le pluralisme des médias. Les marchés pertinents en matière de média restent nationaux. C'est à cette échelle que doivent être établies les voies et moyens de garantir le pluralisme des médias.