

QUESTIONNAIRE SUR LA REVISION  
DE LA COMMISSION CONCERNANT L'APPLICATION AUX SERVICES PUBLICS  
DE RADIODIFFUSION DES REGLES RELATIVES AUX AIDES D'ETAT

Réponse de la FIAD – Fédération internationale des associations de distributeurs de films

1.1 Il paraît important de mieux préciser le rôle des organismes publics de radiodiffusion, notamment dans la diffusion d'œuvres reflétant la diversité culturelle européenne.

1.2 Le secteur est en mutation avec l'intervention de nouveaux opérateurs, venant notamment du monde des télécommunications et ayant des moyens d'intervention sans commune mesure avec ceux des opérateurs traditionnels. Cette entrée de nouveaux opérateurs modifie les pratiques du point de vue de la concurrence. De plus les médias traditionnels du type linéaires voient leur part de marché se réduire du fait de l'émergence de nouveaux médias non-linéaires.

1.3 La réponse au paragraphe ci-dessus montre notre perception de l'évolution du secteur.

2.1.1. La révision de la communication ne devrait pas aboutir au retrait des obligations sous forme de service public, au risque de dénaturer la nature même des services publics de radiodiffusion.

2.1.2. Il convient de préciser les obligations en matière de diffusion d'œuvres reflétant la diversité culturelle européenne. Certes en phase finale il appartient à chaque Etat de les préciser mais leur précision ne peut rester en dehors de la communication au moment où la Commission se préoccupe de développer le dialogue interculturel, d'améliorer chez les citoyens leur degré de conscience par rapport à la citoyenneté européenne et de redéfinir la politique culturelle de l'Union.

2.2.1 La FIAD répondant en tant qu'organisation internationale ne peut fournir de renseignement sur ce point.

2.2.2. Cette précision sur les activités commerciales ne relevant pas du service public aurait le mérite d'améliorer la transparence dans le secteur et de mieux informer les opérateurs ne relevant pas de la radiodiffusion mais étant en relations avec les radiodiffuseurs de la situation de ces derniers, principalement les fournisseurs de contenus que nous représentons.

2.2.3. Des clarifications supplémentaires auraient le mérite d'apprécier en toute connaissance de cause les situations d'intégration.

2.2.4. Cette appréciation *ex ante* permettrait aux professionnels en relations avec les radiodiffuseurs d'avoir une meilleure information sur le contenu des cahiers des charges de ces derniers et de faire connaître, s'il y a lieu, leur point de vue aux autorités nationales compétentes.

2.2.5. voir la réponse au paragraphe ci-dessus

2.2.6. Les services de diffusion et de production de contenus.

2.2.7. La proposition est séduisante mais il convient de tenir compte des particularités nationales en la matière.

2.2.8. Oui, à condition que cela ne conduise pas à une dilution du caractère de service public.

2.3.1. cf. réponse 2.2.1.

2.3.2. idem

2.3.3. Non.

2.3.4. Les opérateurs privés travaillant avec le service public comme fournisseurs de contenus ou pour d'autres prestations ne peuvent que demander une clarification des missions de service public afin de mieux organiser leur propre action. En ce qui concerne le contrôle il appartient à chaque Etat de mettre en œuvre les procédures appropriées.

2.3.5. Les procédures actuelles de contrôle d'activité et d'application du droit de la concurrence, au regard de la communication de la Commission, devraient être suffisantes, correctement appliquées.

2.4.1. Certains services ont une offre de programmes ou proposent des prestations allant au-delà des missions classiques du service public. Leur mise en œuvre doit répondre aux préoccupations exprimées en 2.3.5.

2.4.2. Certains services payants proposant une offre non disponible autrement – ou insuffisamment disponible – ont leur légitimité. Leur existence peut répondre par exemple aux objectifs de dialogue interculturel exprimés par ailleurs par la Commission et par voie de conséquence satisfaire aux critères d'une mission de service public, leur mise en œuvre étant organisée selon les procédures évoquées en 2.3.5.

2.5.1. cf. réponse 2.2.1.

2.5.2. La réponse à cette question dépend des pratiques nationales, des moyens disponibles pour éviter la création d'organismes ingérables, etc. Un équilibre doit être trouvé entre l'indépendance éditoriale, la satisfaction des obligations de service public et une gestion responsable.

2.5.3. cf. réponse 2.2.1.

2.5.4. Oui, dans la ligne de notre réponse 2.3.4.

2.6.1. Il semble que la communication actuelle suive cette préoccupation.

2.6.2. Il y a un équilibre à trouver entre les règles d'annualité budgétaire qui dans certains pays organisent la gestion des finances publiques et la nécessité pour les responsables des structures de services publics et de leurs partenaires privés de pouvoir planifier leur action à moyen terme. Cette prise en compte du moyen terme est elle-même un moyen de mieux satisfaire aux impératifs de la mission de service public.

2.6.3. Un objectif de bonne gestion ne devrait pas empêcher les organismes de service public de dégager des excédents. Les particularités de chaque organisme – et leur différence de taille – peuvent conduire un pourcentage de principe comme étant arbitraire. Cependant les opérateurs privés restent évidemment vigilants sur ce point. Il doit être replacé dans une prise en compte d'une gestion à moyen terme, comme indiqué au paragraphe précédent.

2.6.4. voir la réponse au paragraphe précédent.

2.6.5. La recherche de gains d'efficacité répond à des préoccupations de contrôle interne et de bonne utilisation de l'argent public. Nous ne pensons pas que les règles actuelles soient un frein en la matière.

2.6.6. cf. réponse 2.6.3.

2.7.1. cf. réponse 2.2.1.

2.7.2. Oui, en respectant la satisfaction de la mission de service public, l'obligation de transparence et la prise en compte des relations des organismes de service public avec les opérateurs privés avec lesquels ils sont en relation commerciale.

2.7.3. cf. réponse 2.2.1.

2.7.4. La FIAD représente les distributeurs de films et est donc *a priori* peu concernée par la question des droits de retransmission d'événements sportifs. Cependant dans la mesure où le coût de ces droits peut obérer le budget des organismes de télévision et réduire les lignes budgétaires pouvant être affectées à d'autres programmes, notamment pour la diffusion de films cinématographiques, il est important que la communication contienne des clarifications en la matière.

2.7.5. La prise en compte des difficultés des plus petits Etats membres doit être nuancée. Un autre aspect pourrait être pris en compte, tel que le bassin linguistique. On peut noter qu'un des Etats fondateurs de l'Union européenne, de taille réduite, a une industrie de radiodiffusion audiovisuelle de taille européenne et ne semble pas souffrir de sa propre taille.

3.1. Les nouveaux services devraient être à l'origine de création d'emplois, comme cela a été évoqué dans l'agenda de Lisbonne et la stratégie i2010. Il apparaît que les services les plus dynamiques sont ceux qui développent une offre attractive et innovante : les marchés sur lesquels ils exercent leurs activités sont d'abord des marchés d'offre avant d'être des marchés de demande. La prise en compte de la diversité culturelle des pays de l'Union, considérée comme une richesse et non comme un handicap, doit contribuer au développement de nouveaux services. La politique de l'Union en faveur du dialogue interculturel est également un élément à prendre en considération en ce qui concerne le développement de nouveaux services.

3.2. Les méthodes modernes de management devraient permettre de satisfaire à de nouvelles clarifications sans charge de fonctionnement excessive.

3.3. Certainement.

3.4. Certainement, pour une meilleure information des opérateurs privés en contact avec les opérateurs de services publics (par exemple leurs fournisseurs de contenus) et la prise en compte de façon plus approfondie de la diversité culturelle rencontrée en Europe. Ceci devrait se retrouver dans les programmes proposés par les opérateurs remplissant une mission de service public.

Contact : Antoine VIRENQUE, secrétaire général

FIAD – Fédération internationale des associations de distributeurs de films

74 avenue Kléber – 75116 Paris

tel 33 1 56 90 33 00 – fax 33 1 56 90 33 01

mèl [virenque@fndf.org](mailto:virenque@fndf.org)