



Faculté des sciences juridiques, politiques et sociales
Lille 2

MASTER 1 SCIENCE POLITIQUE

Parcours communication publique et politique, démocratie participative

MÉMOIRE DE RECHERCHE

La co-construction des politiques européennes de la culture

L'implication du CNC dans les politiques européennes de l'audiovisuel

Mémoire préparé sous la direction de Carole Bachelot

Professeure de Science Politique

Présenté et soutenu par Alexis MAMIS

Année universitaire 2021-2022

AVANT PROPOS

Lorsqu'on étudie un objet comme les politiques de l'audiovisuel on est tout de suite confronté au risque d'une analyse purement normative. Notre cas n'a pas fait exception. Nous avons cherché à confirmer ou infirmer les idées reçues que nous pouvions avoir concernant notamment le rôle social et politique des œuvres audiovisuelles comme le cinéma ou les jeux vidéo. Nous opposons le côté marchand des œuvres avec leur côté artistique. Or, analyser un champs des politiques publiques comme celui de l'audiovisuel demande de prendre en compte les deux.

Mais l'opposition entre industrie et art n'est pas la seule qui traverse le champ des politiques de l'audiovisuel. La culture a pendant longtemps été un objet qui s'est construit en opposition à l'État. Vincent Dubois, y consacre d'ailleurs un ouvrage entier, à savoir, *La politique culturelle, genèse d'une catégorie d'intervention publique*¹, notre première lecture sur le sujet. La contestation des artistes et des artisans des domaines de la culture tenait alors principalement à la marchandisation de l'art et donc intrinsèquement à sa dévalorisation, mais aussi à la peur d'une perte d'autonomie et de liberté dans la créations. Cette opposition est d'autant plus actuelle qu'un même schéma se reforme à l'encontre de l'intervention européenne.

1 Dubois Vincent, *La politique culturelle, genèse d'une catégorie d'intervention publique*, BELIN, 1999, p. 203-204

SOMMAIRE

Avant Propos	p. 2
Introduction.....	p. 4 - 26
- La France en Europe: de la défense d'un système de financement culturel à sa promotion.....	p. 4 - 14
- Des études sur les politiques européennes de l'audiovisuel centrées sur l'aspect réglementaire et conflictuel de l'intervention de la Commission.....	p. 14 - 19
- Le CNC et la Commission : ensemble pour l'Europe de la Culture ?.....	p. 19 - 22
- Protocole d'enquête.....	p. 23 - 26
Première Partie : Le rôle subalterne de Media dans la construction d'une Europe de la Culture.....	p. 27 - 42
Chapitre 1 : Le volet Media du programme Europe Créative : des objectifs ambitieux pour de faibles moyens.....	p. 28 - 35
Section 1 : Participer par le financement à la construction d'une Europe de la culture : l'ambition de Media.....	p. 28 - 32
Section 2 : Le manque d'engagement de la Commission à l'égard de financement de l'audiovisuel.....	p. 32 - 35
Chapitre 2 : Le CNC au sein de Media : entre moteur du financement et frein à l'identité européenne.....	p. 35 - 42
Section 1 : Le double rôle du CNC et sa capacité à orienter la direction du programme.....	p. 36 - 39
Section 2 : Le rôle strictement économique de Media en France : le résultat de l'activité du CNC.....	p. 39 - 42
Deuxième Partie : Le cadre légal pour les œuvres européennes, l'ambition principale de la Commission et du CNC.....	p. 43 - 57
Chapitre 1 : Le dialogue entre le CNC et la Commission : un échange essentiellement juridique.....	p. 44 - 50
Section 1 : La primauté du cadre légal dans les échanges du CNC et de la Commission.....	p. 44 - 48
Section 2 : Une relation de coopération intergouvernementale en le CNC et la Commission.....	p. 48 - 50
Chapitre 2 : Faire face à la globalisation : un second souffle pour le financement européen.....	p. 51 - 57
Section 1 : Les États-Unis, la menace et la raison d'être de l'Europe de la Culture.....	p. 51 - 55
Section 2 : La transformation numérique au service du financement de l'audiovisuel ?.....	p. 55 - 57
Conclusion : L'Europe de la Culture un enjeux de concurrence extra-européenne...	p. 58 - 61
Bibliographie.....	p. 6é - 65
ANNEXES.....	p. 66 - 81

INTRODUCTION

La France en Europe : de la défense d'un système de financement culturel à sa promotion

Lors du lancement du nouveau programme Europe Créative 2021-2027 en France, le 4 juin 2021, Roselyne Bachelot s'est adressée aux professionnels de la culture français en ces termes : « *Je sais, en effet, à quel point le programme Europe Créative constitue pour vous une source de financement unique, complémentaire de nos dispositifs nationaux, et le rôle qu'il joue pour favoriser les échanges, les rencontres, le dialogue inter-culturel, contribuant ainsi à rendre réelle cette Europe de la culture que nous appelons de nos vœux* »². Fort de son succès sur la période 2014-2020, qui l'a vu naître, le « *programme-cadre de la Commission européenne* »³ dédié au soutien de la culture a ainsi été renouvelé pour une nouvelle période de sept ans. Il a même bénéficié d'une hausse « *significative* » de son budget, selon les mots de la ministre, de 63 %, atteignant désormais 2,44 milliards d'euros. Cette augmentation, couplée à la déclaration de la ministre française, témoignent d'une chose : la volonté aussi bien française qu'européenne de construire une Europe de la culture.

Instaurer une Europe de la culture est présentée comme l'objectif principal du programme Europe Créative. Mais son appréhension a varié au fil des années. En effet, la question des politiques culturelles est en grande partie reliée à celle du « *référentiel identitaire* »⁴. C'est pourquoi, dans les années 80, date à laquelle la Communauté européenne commence à assumer certaines compétences en matière culturelle⁵, lorsqu'il est fait mention d'une Europe de la Culture dans les débats communautaires, ses partisans mettent en avant une « *identité européenne* » autour de laquelle les États membres se retrouveraient tous. On parlait alors du principe que la majorité des pays membres de l'Union partageait une identité commune, un passé commun, qu'il fallait valoriser. Notons néanmoins, que pour la Commission européenne, « *il n'était pas question de mettre la culture au service de la construction de l'Europe* »⁶, cette précision était surtout dirigée contre les détracteurs qui voyaient en l'action européenne une instrumentalisation de la culture. En

2 Bachelot-Narquain, Roselyne, Lancement officiel du nouveau programme Europe Créative 2021-2027 en France, 2021, [Lancement officiel du nouveau programme Europe Créative 2021-2027 en France - YouTube](#)

3 Ledroit Valentin, « Europe Créative, le programme pour les secteurs audiovisuels, culturels et créatif », Toutes l'Europe, 2021

4 Saez, Jean-Pierre, *Les nouveaux enjeux des politiques culturelles*, dir Saez Guy, La Découverte, Paris 2012, p. 119

5 Calligaro, Oriane et Vlassis, Antonios, « La politiques européenne de la culture. Entre paradigme économique et rhétorique de l'exception », *Politique européenne*, vol. 56, 2017, p. 9

6 Calligaro, Oriane, « Quelle(s) culture(s) pour l'Europe ? Les visions contrastées du Conseil de l'Europe et de l'Union européenne de 1949 à nos jours », *Politique européenne*, vol.56, 2017, p. 31

faite, cette vision identitaire était largement dominée par une volonté économique, celle de limiter une concurrence déloyale entre les produits culturels liée au système de financement culturel de certains États membres. C'est pourquoi, cette conception n'a pas été vue d'un très bon œil par ces derniers, et par la France notamment, dont le système de financement culturel est particulièrement poussé.

« *La France est la seule démocratie libérale qui encourage à ce point ses activités culturelles* »⁷ nous dit Vincent Dubois. Bien qu'il n'en ait pas toujours été ainsi, au sortir de la seconde guerre mondiale, l'État français s'implique, et soutient, de plus en plus les secteurs de la culture, jusqu'à en devenir le défenseur, et même le garant⁸. La réticence de la France vis-à-vis de la conception européenne est donc en partie due à la notion même de culture, qui est liée à la « *représentation du pouvoir et des identités* »⁹. Mais cette opposition n'est pas uniquement le fait du caractère identitaire est donc sensible de la culture, elle est surtout liée à la dimension économique et légale promue par la Commission, qui souhaite notamment « *la libre circulation des biens culturels, la mobilités des travailleurs culturels et l'harmonisation des législations sur le droit d'auteur* »¹⁰. Car les produits culturels sont par nature marqués par une ambivalence, ils sont à la fois reliés à la question identitaire et donc « *non-marchande* », mais aussi à celle économique et donc « *marchande* »¹¹. C'est essentiellement de ce caractère ambivalent que naissent les oppositions françaises et celles d'autres États membres, qui tiennent davantage à leur système de financement culturel national qu'à la libéralisation du secteur.

La réticence du ministère de la culture français à l'égard de cette conception de l'Europe de la culture s'est manifestée à différentes reprises, notamment au travers de la politique de Jack Lang, dans les années 80, une période qui, nous le rappelons, à vu naître la première conception d'une Europe de la culture. Alors ministre de la culture, Jack Lang est un acteur majeur de la mise en place et de l'approfondissement du soutien au secteur culturel français. Par exemple, en 1983, il crée « *l'Agence pour le développement régional du cinéma (ADRC), dont l'objectif est de maintenir et de développer un réseau de salles diversifié sur l'ensemble du territoire* »¹². D'autres exemples pourraient être cités, comme la création des nouvelles sociétés de financement du cinéma et de l'audiovisuel (SOFICA) par la loi du 11 juillet 1985, ou la mise en place du compte de soutien

7 Dubois, Vincent, « Politiques culturelles et polémiques médiatiques », dir Collovald Annie et Bourmeau Sylvain, Politix, vol.6, 1993, p. 5

8 Dubois, Vincent (1999), *ibidem*. opsit p. 38-39

9 Calligaro, Oriane et Vlassis, Antonios, art.cité p. 12

10 Calligaro, Oriane, art.cité p. 35

11 Romainville, Céline, « Les fondements d'une politique culturelle commune », *Études théâtrales*, vol. 46, 2009, p.79

12 Martigny, Vincent et Laurent, Martin et Wallon, Emmanuel, *Les années Lang, une histoire des politiques culturelles, 1981-1993 : Dictionnaire critique*, Comité d'histoire du ministère de la Culture, La Documentation française, 2021

financier de l'industrie cinématographique française, en 1986¹³. Jack Lang a donc largement participé à la forte « *institutionnalisation de la culture* »¹⁴ en France dont parle Vincent Dubois. Une institutionnalisation qui s'est notamment manifestée contre certaines interventions européennes en matière culturelle. En effet, Jack Lang « *a défendu avec succès auprès de la Commission européenne le maintien dans la loi française des quotas spécifiques aux œuvres d'expressions originales françaises* »¹⁵. La répétition du mot « *défense* » souligne la relation alors antagoniste qui structurait les débats entre le ministère français et la Commission, pendant cette période. Comme le précise Roch-Olivier Maistre, président de l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique, « *pendant longtemps l'Europe c'était l'empêcheur de tourner rond en matière de culture, on allait à Bruxelles pour défendre nos dispositifs de soutiens* »¹⁶. Cette relation antagoniste entre les équipes du ministère de la culture française et celles de la Commission témoigne néanmoins de la forte implication des acteurs politiques français dans le dialogue européen.

S'il a toujours été question de défense des intérêts de la culture française, il n'a jamais été question de se mettre en opposition face à une intervention européenne pour la culture. Au contraire même, les acteurs du secteur cinématographique français ont d'ailleurs été les premiers, dans les années 1960, à demander une « *action positive* » de l'Europe pour la culture¹⁷. Jack Lang a également œuvré, avec l'Europe, pour imposer aux chaînes de télévision des quotas de diffusion et des obligations de production d'œuvre cinématographique d'expression originale française et européenne, « *afin de protéger les industries de programmes nationales et européennes* »¹⁸. De plus, « *les coalitions, qui au sein des institutions européennes, ont promu une action culturelle communautaire, ont souvent été animées par des « polycy entrepreneurs français »*¹⁹. Les agents du ministère de la culture française ne se sont donc pas opposés à l'Europe de la culture, ils se sont opposés à une certaine conception de celle-ci, centrée sur la valorisation d'une identité européenne unique, qui mettrait en péril le statut particulier des produits culturels via une libéralisation du marché de la culture. D'où la notion « *d'exception culturelle* », qui a été grandement construite par

13 Martigny, Vincent et Laurent, Martin et Wallon, Emmanuel, *ibidem*. opsit p. 42

14 Dubois, Vincent (1999), *ibidem*. opsit p. 10

15 Martigny, Vincent et Laurent, Martin et Wallon, Emmanuel, *ibidem*. opsit p. 43- 44

16 Maistre, Roch-Olivier, Table ronde « Appliquer la directive SMA : bilan d'étape et perspectives », Colloque du CNC sur « l'indépendance au service de la création », 2021, [Table ronde « Appliquer la directive SMA : bilan d'étape et perspectives » - YouTube](#)

17 Vlassis, Antonios, « The review of the Audiovisual Media Services Directive. Many political voices for one digital Europe ? », *Politique européenne*, vol. 56, 2017, p. 105

18 LOI n° 92-61 du 18 janvier 1992 modifiant les articles 27, 28, 31 et 70 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication

19 Littoz-Monnet, Annabelle, *The European Union and culture. Between economic regulation and European cultural policy*, Manchester University Press, 2013

la politique française, dont le but premier est de garantir la spécificité des produits culturels sur le marché en intégrant leur ambivalence²⁰.

La conception d'une Europe de la culture a donc dû évoluer. Celle dont parle aujourd'hui Roselyne Bachelot n'est plus celle des années 80. Elle n'est plus la même, parce que le rapport entre la Commission et les États membres a changé en ce qui concerne la culture²¹. Cela a notamment permis de définir l'identité européenne en cette matière par l'introduction du principe de « *protection et de promotion de la diversité des expressions culturelles* » dans le traité de Maastricht en 1992²². C'est dans ce traité, que la Commission obtient les premières bases légales d'une action communautaire pour la culture, il y est indiqué que « *l'UE contribue à l'épanouissement des cultures des États membres, dans le respect de leur diversité nationale, tout en mettant en évidence un héritage culturel commun* »²³. L'inscription de la diversité comme principe fondamentale de l'action européenne pour la culture marque en réalité le primat de la souveraineté culturelle nationale²⁴, puisqu'elle permet notamment aux États européens de préserver leurs systèmes d'aides publiques à l'audiovisuel²⁵. Cependant, bien que l'inscription de ce principe dans les normes européennes témoigne de la préoccupation identitaire et sociologique de la culture par la Commission, son intervention se focalise sur une dimension économique²⁶. Le choix d'adopter cette dimension résulte finalement aussi de la volonté des États membres, et de la France notamment, qui souhaitent que l'intervention de la Commission en matière culturelle soit en grande partie économique. Si c'est en effet cette dimension qui prime, l'action de la Commission n'abandonne pas pour autant l'usage identitaire de la culture²⁷, puisque c'est dans un souci de diversité qu'elle va intervenir.

Cette « *action positive* » pour la culture se matérialise à la fois par, la mise en œuvre de directive visant à réglementer le marché commun, comme la directive Télévision sans frontières en 1989 pour la radiodiffusion, qui devient en 2007 la directive sur les services audiovisuels (SMA), et qui vise à réguler le secteur audiovisuel européen²⁸, mais aussi par la mise en place des premiers programmes européens destinés à soutenir les acteurs des milieux culturels. Ces programmes sont,

20 Calligaro, Oriane et Vlassis, Antonios, art.cité

21 Maistre, Roch-Olivier, Table ronde « Appliquer la directive SMA : bilan d'étape et perspectives », Colloque du CNC sur « l'indépendance au service de la création », 2021, [Table ronde « Appliquer la directive SMA : bilan d'étape et perspectives » - YouTube](#)

22 Calligaro, Oriane, art.cité p. 39

23 Gaillard, Barthélémy, « La politique européenne de la culture », Toute l'Europe, 2021

24 Ernotte, Deplphine, Table ronde « Appliquer le directive SMA : bilan d'étape et perspectives », Colloque du CNC sur « l'indépendance au service de la création », 2021

25 Gaillard, Barthélémy, art.cité

26 Calligaro, Oriane, art.cité p. 33

27 Calligaro, Oriane, art.cité p. 33

28 Gaillard, Barthélémy, art.cité

pour la plupart, des fonds de soutien destinés à apporter une aide financière de l'Union aux professionnels européens et aux instances publiques des secteurs de la culture. Parmi les plus importants, on retrouve le programme Media, établi en 1991, destiné à promouvoir l'industrie cinématographique et audiovisuelle européenne, et le programme Culture en 1992, visant à soutenir les acteurs issus d'autres secteurs culturels que celui de l'audiovisuel. Renouvelés tous les quatre ans depuis, c'est la décision de les fusionner de la Commission qui donne naissance au programme Europe créative en 2014. Ce dernier est alors divisé en deux volets, le volet Culture, et le volet Media.

Le programme Europe Créative 2021-2027, qui succède à celui de 2014-2020, conserve son objectif principal de promotion de la « *coopération transfrontalière, de la création européenne et de l'innovation* » (Gabriel, 2021). Il se compose cette fois-ci de trois volets, à savoir toujours les volets Media et Culture, s'adressant respectivement aux acteurs européens issus du secteur du cinéma, du jeu vidéo, de l'audiovisuel en général, et ceux issus des autres secteurs artistiques et culturelles ne faisant pas partie de l'audiovisuel. Le troisième volet, quant à lui, se destine plus particulièrement aux médias d'information. Il y a donc une séparation stricte entre une culture qui relève du secteur audiovisuel et une culture qui n'en relève pas. Et cette différence est d'autant plus marquée que le budget global de 2,44 milliards d'euros a été réparti de façon inégale entre les trois volets, puisque le volet Media bénéficie de 55 % du budget total, soit 1,342 milliards destiné uniquement à la filière audiovisuelle. Ce budget majeur accordé au volet Media traduit finalement un fait implicite que nous évoquions, le secteur du cinéma et plus largement celui de l'audiovisuel, a été, et est toujours, au vu du rôle qu'il a joué dans la mise en place d'une action communautaire, le socle de l'action européenne pour la culture.

L'audiovisuel est un secteur de poids dans l'ensemble de l'industrie culturelle, et notamment en France, où il représente la première branche d'activité de la culture (Turner, 2021). Il est composé entre autre, du secteur du cinéma (production/distribution/diffusion), mais aussi de celui du jeu vidéo. En 2019, il pesait pour un tiers de la production totale et près de 28 % de la valeur ajoutée créée par la culture²⁹. Une importante valeur ajoutée liée en premier lieu à la production de films et de programmes pour la télévision, qui représentent à eux deux près de 3 milliards d'euros de valeur ajoutée³⁰. Malgré les effets de la crise sanitaire sur le secteur audiovisuel français, il reste l'un des plus florissant de toute l'Europe. La France est en effet le pays qui a enregistré le nombre d'entrées au cinéma le plus important en Europe, avec 65 millions d'entrées en 2020. C'est loin devant l'Allemagne, et ses 38 millions d'entrées, de l'Italie qui culmine à 30 millions d'entrées, et

29 Turner, Laure, « Le poids économique direct de la culture en 2019 », Culture et Chiffres, vol.1, 2021, p. 7

30 Turner, Laure, art.cité, p.7

c'est près de trois fois plus que l'Espagne et ces 22 millions d'entrées. Ces chiffres sont d'autant plus parlant que les salles de cinéma en France sont restées fermées plus longtemps que les autres à cause des restrictions sanitaires imposées³¹. Cet écart démontre à la fois le fait que la France possède le plus grand parc de cinéma en Europe, mais également qu'elle est un pays membre particulièrement concerné par les politiques européennes touchant au secteur de l'audiovisuel. Ajoutons que la filière du cinéma français est particulièrement reconnue mondialement, une reconnaissance pour la qualité de ces films mais aussi pour la qualité de son système de financement, grâce auquel le secteur bénéficiait d'une importante aide à la production mais aussi à la distribution qui font de lui un « *champion de l'export* » de film à l'international³².

Ainsi, si les industries audiovisuelles françaises rayonnent à travers le monde c'est aussi parce qu'elles sont soutenues par des politiques culturelles extrêmement poussées en France. Le système de financement de l'audiovisuel français est en effet essentiel dans le maintien à la fois de la liberté de création, qui fait la renommée des productions françaises, mais aussi dans l'aide financière qu'il apporte³³. C'est également un modèle particulier puisqu'il est l'un des seuls à soutenir un projet pendant son « *circuit complet de financement* »³⁴, c'est à dire de son écriture à sa distribution, en passant par sa production et sa réalisation. Ce modèle de financement est porté et partagé par plusieurs institutions françaises, parmi lesquelles figurent : l'Institut Français du Cinéma, la Cinémathèque de France, UniFrance, et le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) qui font de l'économie de l'audiovisuel « *une économie complètement administrée* »³⁵. Bien qu'elles soient toutes compétentes en matière de prise de décision et de mise en place des politiques de l'audiovisuel en France, le CNC reste le plus spécialisé en la matière, étant donné qu'il est uniquement, et contrairement aux autres, dédié à l'élaboration et la mise en œuvre de ces politiques.

Le CNC est la parfaite illustration de la forte institutionnalisation de la culture en France dont parle Vincent Dubois. En effet, bien que renforcée et approfondie par les politiques menées par Jack Lang dans les années 80, la création du Centre national de la cinématographie, en 1946, marque le point de départ d'une véritable politique de promotion du cinéma français, de la part de

31 Rapport d'activité 2020, Centre national du cinéma et de l'image animée, 2022, [f24e3dfa-2bb3-9d70-e64d-c27b5bd62333 \(cnc.fr\)](https://www.cnc.fr/fr/rapport-activite-2020)

32 Domehri, Didar, Table ronde n°2 : Quelle place pour l'international dans le modèle de production, Journée de l'Export, UniFrance 2022, [\[Journée Export\] Table ronde 2 : Quelle place pour l'international dans le modèle de production ? - YouTube](#)

33 Domehri, Didar, Table ronde n°2 : Quelle place pour l'international dans le modèle de production, Journée de l'Export, UniFrance 2022

34 Montmartin, Valérie, Table ronde n°2 : Quelle place pour l'international dans le modèle de production, Journée de l'Export, UniFrance 2022

35 Rousset-Rouard, Yves, « Chapitre III. Financement-administration » Yves Rousset-Rouard éd, *Les 100 mots du cinéma*, Presses Universitaires de France, 2018, p. 28

l'État. Avec l'objectif de remettre en fonctionnement le parc de salles mais aussi et surtout de soutenir la création et l'économie des œuvres cinématographiques en France, le CNC a rapidement intégré la dualité des produits culturels³⁶, il en est même l'illustration. En 1959, le CNC, qui était originellement sous la tutelle du ministère de l'industrie, est rattaché au ministère des affaires culturelles³⁷. C'est à cette même date qu'il met en place le système de régulation de la filière cinématographique, qui est encore celui d'aujourd'hui. Un système de régulation fondé sur le principe « *d'exception culturelle* »³⁸, qui reconnaît le caractère spécifique des produits audiovisuels. Ce système français gagne encore en spécificité lorsqu'en 1960, le CNC introduit « *l'avance sur recette* »³⁹ qui favorise le renouvellement de la création en encourageant les réalisations de premier film, et qui accentue une caractéristique du cinéma français encore d'actualité, à savoir sa diversité. Par ailleurs, si le CNC a marqué de son action les politiques de l'audiovisuel en France, il a également été un élément moteur pour l'action européenne en matière audiovisuelle. Nous avons précédemment évoqué l'implication des acteurs du secteur cinématographique dans la demande d'une « *action positive* » de la Communauté européenne en faveur de la culture, il s'avère que les agents du CNC figuraient parmi les premiers à formuler cette demande⁴⁰. Le CNC accorde aussi une place importante à la coproduction, plusieurs de ses outils de financement visent d'ailleurs à soutenir les producteurs français « *qui produisent des projets français et des étrangers* »⁴¹. Historiquement, le CNC s'est donc toujours impliqué dans les questions européennes.

Au cours de ses réformes successives le CNC a gagné en autonomie, aussi bien financièrement que politiquement, et son champ d'action s'est élargi, jusqu'à prendre une importance considérable dans le paysage audiovisuel en participant plus que jamais à l'existence même d'un « *cinéma français* »⁴². L'ordonnance du 24 juillet 2009 l'illustre tout à fait, avec le changement de nom du CNC, qui devient le Centre national du cinéma et de l'image animée. Ce changement de nom engendre également un élargissement de ses compétences à la production audiovisuelle, de la vidéo, des nouveaux médias et du jeu vidéo. A partir de 2009, le CNC est aussi doté d'un conseil d'administration et d'un président. Aujourd'hui, le CNC, en tant qu'établissement public administratif doté de l'autonomie financière, assure « *l'unité de conception et de mise en*

36 Cocq, Emmanuel, Dantec, Alexis et Lévy-Hartmann, Florence « Combien tu m'aimes ? Pour une analyse économique de la politique cinématographique française », Revue de l'OFCE, vol. 97, 2006, p. 273-274

37 Vezyroglou, Dimitri, *Le Cinéma: une affaire d'État 1945-1970*, Paris, La Documentation française, 2014

38 Ayadi, Toufik, Table ronde n°2 : Quelle place pour l'international dans le modèle de production, Journée de l'Export, UniFrance 2022

39 [Les dates-clés du CNC | CNC](#)

40 Vlassis, Antonios, art.cité p. 108

41 Montmartin, Valérie, Table ronde n°2 : Quelle place pour l'international dans le modèle de production, Journée de l'Export, UniFrance 2022

42 Rousset-Rouard, Yves, art.cité p. 30

œuvre de la politique de l'État dans les domaines du cinéma et des autres arts et industries de l'image animée »⁴³. Il est donc chargé d'un grand nombre de missions d'interventions et de régulations du secteur audiovisuel français. On peut citer son rôle prépondérant dans la réglementation et le contrôle des différents acteurs de l'industrie audiovisuelle, sa contribution majeure dans la promotion et la diffusion des œuvres aussi bien commerciales que non-commerciales sur le territoire national et à l'étranger, mais également ses missions de coopération et de négociation qui touchent notamment aux politiques européennes pour l'audiovisuel. Le CNC est ainsi chargé, en liaison avec le ministère de la culture, de définir la mise en œuvre de la politique multilatérale du secteur audiovisuel, il est donc un acteur impliqué dans la définition des politiques européennes de l'audiovisuel.

Le rôle joué par le CNC à l'échelle de l'Europe se matérialise notamment par son implication dans la fabrication des programmes européens pour la culture. Il a, en effet, participé à la conception du volet Media du programme Europe Créative 2021-2027. Sachant que le volet en question vise précisément les secteurs sur lesquels le CNC est compétent. Europe Créative est par ailleurs le seul programme issu de la Commission, dédié au secteur de l'audiovisuel. Car la Commission n'est pas l'unique institution à être investie dans ce secteur au niveau européen. Le Conseil de l'Europe, institution qui traite du cadre continental de l'Europe, de la « *Grande Europe* »⁴⁴, a lui aussi établi un programme destiné à soutenir le secteur de l'audiovisuel, et auquel participe le CNC, à savoir Eurimages. Créé en 1988, ce programme est plus particulièrement destiné au secteur du cinéma et à la production cinématographique⁴⁵. Ce n'est donc en théorie pas exactement le même domaine d'aide de financement que celui de Media, qui soutient davantage « *la formation, le développement de contenus audiovisuels et de jeux vidéo, la distribution et la promotion des œuvres audiovisuelles, les festivals et les salles de cinéma* »⁴⁶. Nous avons utilisé la formule *en théorie* car le contenu de Media est parfois consacré à une aide à la production, et surtout à la coproduction de projets audiovisuels. En effet, Media est lui même composé de trois sous-branches, appelées « cluster ». Elles prennent chacune la forme d'appels à projet, ouverts uniquement aux candidatures des professionnels et aux institutions des États membres qui financent le programme. La première, nommée « content », vise à « *encourager la collaboration et l'innovation dans la création et la production d'œuvres audiovisuelles européennes et à renforcer la capacité des producteurs indépendants à conserver leurs droits et à les exploiter au niveau*

43 [Missions | CNC](#)

44 Calligaro, Oriane, art.cité p. 36

45 [Programmes de soutien d'Eurimages \(coe.int\)](#)

46 [Média - Europe Créative \(europecreative.be\)](#)

internationale »⁴⁷. La seconde, qui représente la part de budget la plus importante, s'appelle « business », elle est consacrée à la promotion de l'innovation et de la compétitivité du secteur européen afin de renforcer sa position face à la concurrence mondiale. La troisième, « audience », est dédiée au renforcement de l'accès et de la visibilité des œuvres audiovisuelles selon leur potentiel d'audience. À travers ces trois sous-domaines on peut donc lire le primat de l'approche économique, caractéristique de l'action de la Commission, évoquée plus haut. Soulignons également, l'accent important mis sur « *l'exploitation des nouvelles technologies* »⁴⁸ Pour en revenir à l'implication du CNC, les membres de ce dernier font partie du comité de gestion des programmes que nous venons de citer. Ils participent donc, en tant que représentant de l'intérêt français, à la définition du plan d'action globale des deux programmes, mais aussi au plan d'action annuel qui est décidé chaque année. Si notre étude se focalise essentiellement sur le volet Media, du programme Europe Créative, il était nécessaire d'évoquer Eurimages, car l'implication du CNC ne diffère pas beaucoup en fonction des deux programmes.

Néanmoins, le rôle du CNC dans l'action européenne ne se limite pas à une implication dans la conception des programmes, il participe également à leur mise en place. Pour le volet Media, le CNC participe à son suivi, puisqu'il « *supervise* » la mise en place du programme en France au travers d'un échange avec le bureau français d'Europe Créative⁴⁹. Car, le programme européen se déploie via le réseau des bureaux Europe Créative, réparti dans chacun des pays bénéficiant des aides. De cette manière, ces bureaux sont chargés de communiquer, d'informer et donc de mettre en place les actions qui découlent des décisions prises par le comité de gestion. En France, le bureau Europe Créative, se trouve à Paris, et il s'occupe donc de communiquer et de travailler avec les instances publiques, mais aussi avec les acteurs professionnels nationaux.

Si Media dirige essentiellement son action vers les professionnels, il finance également un autre programme européen d'envergure, à savoir Europa Cinemas. Media a en effet délégué le financement des salles de cinéma à un tiers. Europa Cinemas « *est le premier réseau de salles de cinéma à programmation majoritairement européenne* », créé en 1992, il est aujourd'hui « *un réseau fédérant près de 1231 salles* »⁵⁰. Ses objectifs sont d'apporter « *un soutien opérationnel et financier aux salles qui s'engagent à accorder une part significative de leurs séances aux films européens non nationaux* » et d'accroître « *la programmation en salles et la fréquentation des films*

47 [Média - Europe Créative \(europecreative.be\)](https://europecreative.be)

48 Collard, Fabienne, et al. « La production cinématographique », Dossier du CRISP, vol. 86, 2016 p. 11

49 Rapport d'activité 2019, Centre national du cinéma et de l'image animée, 2020, [b800637f-6dd0-4561-8c38-43adb2219959 \(cnc.fr\)](https://www.cnc.fr/fr/rapport-activite-2019)

50 [Europa Cinemas - Présentation \(europe-cinemas.org\)](https://europe-cinemas.org)

européens, prioritairement non nationaux »⁵¹. Précisons qu'un film non national est un film produit par un pays membre qui n'est pas celui qui le diffuse, c'est à dire, qui n'est pas de la même nationalité que la salle dans laquelle il est projeté. Là encore, si Media est présenté comme un « *partenaire majeur* » du fait de son implication et son financement, il en est de même pour le CNC qui est qualifié de même. D'ailleurs, les salles françaises figurent dans les soutiens historiques d'Europa Cinemas. L'implication du CNC dans l'action européenne consacrée à l'audiovisuel semble donc prendre une place prépondérante.

Cependant, bien que les membres du CNC prennent part à la prise de décision et à la mise en œuvre de Media et d'Europa Cinemas, tous deux, comme le programme Europe Créative, restent sous le contrôle et les initiatives des instances de la Commission. Elles sont trois à être principalement responsables du programme de la Commission pour la culture. La première, c'est la Direction générale des réseaux de communication, du contenu et de la technologie. Elle a pour but d'élaborer et de mettre en œuvre les politiques visant à adapter l'Europe à l'ère du numérique en « *accordant une attention particulière aux transformations rapides de l'économie numérique et en prenant en compte le nouvel environnement économique et industriel résultant de l'arrivée des technologies numériques* »⁵². Elle s'occupe davantage du volet Media du programme. La seconde, c'est la Direction générale de l'éducation, de la jeunesse, des sports et de la culture, elle est aussi en charge de l'élaboration du programme Europe Créative, bien qu'elle s'occupe davantage du volet Culture. La troisième, c'est l'Agence exécutive européenne pour l'éducation et la culture (EACEA), qui « *donne vie aux politiques de la Commission européenne* » en gérant le financement des projets européens qui ont un impact sur les citoyens européens⁵³. Elle est la structure qui est en charge d'accorder les financements aux projets qui candidatent au programme Europe Créative.

Le secteur de l'audiovisuel, qu'il soit français ou européen, est soumis à un contexte particulier, celui de la digitalisation du marché, des évolutions technologiques et numériques mais aussi celui de la globalisation comme le montre la place de plus en plus centrale prise par les plateformes⁵⁴. En cela, c'est un contexte extrêmement changeant, instable et susceptible d'évoluer chaque année. Comme le précise Agnieszka Holland, Présidente de l'Académie des films européens (EFA), « *la situation est nouvelle, elle n'a rien de comparable à ce qui se passait avant* »⁵⁵. Ainsi, que ce soit l'Europe ou la France, le programme Europe Créative, ou le CNC, la mission principale

51 [Europa Cinemas - Présentation \(europa-cinemas.org\)](http://europa-cinemas.org)

52 Vlassis, Antonios, art.cité p. 110

53 [EACEA \(europa.eu\)](http://europa.eu)

54 Antonios Vlassis, art.cité, p.115

55 Holland, Agnieszka, Table ronde « L'œuvre européenne au service de l'imaginaire européen », Colloque du CNC sur « l'indépendance au service de la création », 2021, [Table ronde « L'œuvre européenne au service de l'imaginaire européen » - YouTube](#)

reste la même, celle d’accompagner les professionnels dans les transformations actuelles du secteur. Cela demande donc une réactualisation des recherches qui portent sur le sujet.



Directions en charge du programme Europe Créative - European Education and Culture Executive Agency, 2021

Des études sur les politiques européennes de l’audiovisuel centrées sur l’aspect réglementaire et conflictuel de l’intervention de la Commission

Nous évoquons le contexte instable et changeant du secteur de l’audiovisuel. En France, beaucoup d’ouvrages sont consacrés aux nouveaux enjeux numériques qui s’imposent dans la création audiovisuelle. L’arrivée des plate-formes numériques et leurs impacts sur le marché européen sont au cœur de la littérature sociologique et politique qui traite de l’audiovisuel. Anne Bellon consacre par exemple un article entier sur l’arrivée de Netflix en France et ses conséquences pour l’industrie française⁵⁶. Cette étude plutôt récente, présente une vision que nous partageons, à

⁵⁶ Bellon, Anne, « La politique de concurrence au secours de l’exception culturelle. L’arrivée de Netflix en France depuis le ministère de la Culture », Gouvernement et action publique , vol. 15, 2016

savoir, la protection des produits culturels peut se faire via une politique de concurrence. Mais cette étude qui observe la question à partir d'un postulat de départ, que nous ne souhaitons pas adopter. Ce postulat présente l'Union uniquement à travers son intervention néo-libérale, et oppose les décisions prises par le ministère de la culture françaises à celles de la Commission. Dans notre étude, nous voulons observer les points sur lesquels la Commission et les institutions françaises, en l'occurrence le CNC, se rejoignent.

Pour analyser les études qui ont porté sur les politiques européennes de l'audiovisuel il faut d'abord revenir sur celles qui ont traité l'intégration de la culture dans le domaine des compétences de l'Union. En effet, plusieurs études récentes ont fait des politiques européennes de la culture, leur objet de recherche. Les principales questions qui recourent ces études sont, celle de l'ambivalence des produits culturels, et celle de la résistance des États membres à l'égard de l'intervention européenne. Une première étude, celle de Jean Pierre Saez, aborde la question de l'action européenne pour la culture à travers l'échelle régionale⁵⁷. Dans son ouvrage, il établit un « *large panorama* » des études contemporaines portées sur les politiques européennes pour la culture, à travers lequel nous avons pu constater que la quasi totalité portait sur l'impact de l'intervention européenne au niveau des régions des États membres. Son étude est très largement centrée sur le patrimoine et les professionnels de la culture ne faisant pas partie du secteur audiovisuel. La distinction entre une culture du secteur audiovisuel et une culture littéralement appelée « Culture » par le programme Europe Créative, se retrouve donc aussi dans la littérature scientifique, qui alimente indirectement la spécificité des produits audiovisuels. Par ailleurs, pour Jean-Pierre Saez, « *la question territoriale occupe une place de choix* » (Saez, 2012) pour étudier les effets des politiques européennes sur l'évolution et les recompositions de l'action publique régionale. Mais comme nous l'avons précisé, il se focalise sur la culture qui ne provient pas du secteur audiovisuel, par conséquent, en rapport avec ce que nous évoquions précédemment avec le rôle prépondérant du CNC, nous pensons que la question audiovisuelle se pose surtout au niveau national. Cependant, la dimension commerciale de la culture adoptée par l'Europe occupe la place principale de son interrogation, dans la plupart des cas il dénonce « *l'instrumentalisation* » de la culture. Mais là où sa recherche nous a inspiré, c'est lorsqu'il remarque que cette instrumentalisation n'est pas due à la façon dont l'Europe appréhende la culture. En effet, pour lui, ce sont les politiques de la ville et des régions, qui instrumentalisent la facette identitaire de la culture dans l'unique objectif d'obtenir des financements européens. Nous réutiliserons donc son raisonnement pour voir s'il pourrait en être de même au niveau national.

57 Saez, Jean-Pierre, *Les nouveaux enjeux des politiques culturelles*, dir. Saez Guy, La Découverte, Paris 2012

Par ailleurs, de nombreuses études plus récentes ont adopté une vision plus large pour analyser les politiques européennes de la culture, une vision portée à l'échelle de l'Europe. Dans la revue n° 56 de *Politiques européennes*⁵⁸ publiée en 2017, consacrée à la « Politique européenne de la culture », on trouve la contribution de nombreux chercheurs et chercheuses qui ont tous grandement fait avancé notre réflexion. C'est la cas de Oriane Calligaro qui dans son étude, dépasse, dans une certaine mesure, une analyse centrée sur l'opposition entre identité et économie. En effet, elle traite la politique européenne sous le prisme du paradigme économique mais également sous celui de l'exception culturelle. Autrement dit, pour elle, l'approche économique de la culture qui est celle de l'Europe ne néglige pas pour autant le caractère identitaire de la culture. De cette manière, au travers d'une étude globale des politiques européennes de la culture, Oriane Calligaro se concentre sur l'aspect multidimensionnel de celles-ci. Elle justifie alors son approche par le fait que « *l'essentiel des recherches ont tendance à se concentrer sur le rôle ou la place de la culture dans le processus d'intégration européenne limitée à l'UE et à des aspects spécifiques de l'action communautaire dans le domaine culturel* ». Toutes ses recherches portent donc davantage sur l'impact des politiques européennes sur le système propre aux États membres. Ainsi la relation qu'entretiennent ces-derniers avec la Commission est analysée comme si ils subissaient l'action de l'Europe, d'où l'intérêt de porter notre étude sur le sujet. Les relations entre la Commission et les États membres ont beaucoup évolué ces-dernières années, se focaliser sur l'aspect défensif de l'action des États membres ne doit pas être l'unique moyen d'aborder la question. Comme le fait remarquer Roch-Olivier Maistre, les institutions des États-membres ne vont plus voir la Commission pour « *défendre leurs dispositifs de soutiens* »⁵⁹.

Par ailleurs, plusieurs chercheurs étudient la question des politiques européennes de la culture en se focalisant sur un secteur précis. Sur la littérature par exemple avec Céleste Bonnamy, dont la réflexion, bien qu'elle ne soit pas en rapport direct avec le secteur de l'audiovisuel, a nourri notre travail⁶⁰, notamment au travers de sa réflexion sur le marché numérique en Europe, un marché qui concerne particulièrement le secteur de l'audiovisuel. On trouve aussi des études portant sur le spectacle vivant, comme celle de Céline Romainville, qui a abordé la question à partir de l'analyse du droit européen. Sa recherche s'est intéressée encore une fois à la dualité identitaire et commerciale des biens culturels, « *difficilement appréhendable en termes juridiques, qui a conduit*

58 Calligaro, Oriane, Verdrame, Dario, Bonnamy, Céléste, Vlassis, Antonios, Hanania Richieri, Lilian, Garner, Ben, « Dossier : La politique européenne de la culture. Entre paradigme économique et rhétorique de l'exception », 2017, dans *Politique Européenne*, L'Harmattan, 2000-2022

59 Maistre, Roch-Olivier, Table ronde « Appliquer la directive SMA : bilan d'étape et perspectives », Colloque du CNC sur « l'indépendance au service de la création », 2021

60 Bonnamy, Céleste, « L'écrivain et le Marché unique. La mobilisation des représentants d'écrivains français au projet de réforme européenne du droit d'auteur (2014-2016) », *Politique européenne*, vol.56, 2017

tantôt à une application des règles du marché et tantôt à des dérogations relatives à ces biens et services, voire parfois, plus radicalement, à une non-application des normes du droit commerciale. »⁶¹. Dans chacun des cas, une approche est préférée, celle d'analyser uniquement l'action de l'Europe au travers de la réglementation qu'elle produit. Certes, on dépasse l'ambivalence des produits culturels, cependant les analyses se portent principalement sur l'aspect juridique et réglementaire de l'action européenne en matière culturelle.

C'est également l'approche quasi-totale qu'ont adoptée les chercheurs qui ont pris comme sujet d'étude les politiques européennes de l'audiovisuel. Franklin Dehousse est l'un d'entre eux. Il a en effet étudié les politiques européennes de l'audiovisuel face à la globalisation, en observant les mesures prises par l'Europe face à cette globalisation du marché⁶². En conclusion, il a démontré « *le faible résultat* » des mesures légales et réglementaires de l'Union face à l'arrivée des plateformes numériques, une conclusion qui nous a largement inspiré pour notre recherche. Si Franklin Dehousse mentionne le programme Media, il ne fait que le décrire. Antonios Vlassis, sociologue et politiste, a également étudié les politiques européennes de l'audiovisuel sous l'angle de la réglementation en se focalisant sur la « *Directive des Services des Médias Audiovisuels* » (la directive SMA) et sa réactualisation en 2018, un projet de loi relatif à la communication audiovisuelle et à la souveraineté culturelle à l'ère numérique⁶³. Si le chercheur a étudié les transformations récentes du secteur de l'audiovisuel et de l'impact de ses transformations, il n'a, à aucun moment, évoqué les programmes de financements de l'UE. Mais là encore une approche est privilégiée, celle d'étudier les politiques européennes de l'audiovisuel uniquement à partir des effets de la réglementation de la Commission.

Les programmes européens pour l'audiovisuel, et plus largement pour la culture ont fait l'objet d'études plus rares, comme celle d'Annabelle Littoz-Monet qui a étudié le processus de fabrication de Media, et d'Europe Créative 2014-2020, en adoptant une vision plus historique⁶⁴. L'effet produit par l'arrivée de ces programmes n'a pas beaucoup été pris en compte. De plus le programme Media a beaucoup évolué depuis sa création. Par ailleurs, Thomas Perrin, consacre son étude au programme Europe Créative de 2014-2020. Bien que son étude souligne que la compétitivité de la culture soit appréhendée par le programme, son approche reste focalisée sur l'ambivalence de la culture, et la vision qu'il décrit comme « *business-oriented* » du programme.

61 Romainville, Céline, « Les fondements d'une politique culturelle commune », *Études théâtrales*, vol. 46

62 Dehousse, Franklin, « La politique européenne de l'audiovisuel », *Courrier hebdomadaire du CRISP*, vol 1525-1526, 1996

63 Vlassis, Antonios, « The review of the Audiovisual Media Services Directive. Many political voices for one digital Europe ? », *Politique européenne*, vol. 56, 2017

64 Littoz-Monet, Annabelle, *The European Union and culture. Between economic regulation and European cultural policy*, Manchester University Press, 2013

Une approche que nous voulons dépasser, puisque conformément à ce que nous avons évoqué précédemment, l'Europe ne peut qu'avoir une approche plus économique du soutien à la culture. Il ne s'agit pas de dire si c'est bon ou mauvais, mais de comprendre pourquoi l'intervention pour la culture se fait de cette manière. Valentin Ledroit a également traité le programme Europe Créative, en comparant celui de la période 2014-2020 à celui de 2021-2027. Par ailleurs, il met également en avant le faible budget du programme, une remarque que nous réutiliserons dans notre démonstration. A travers ces recherches, on remarque l'absence de mention d'une étude portée sur les États membres, qui sont bien souvent cités sans réel effet, il n'est principalement question que de la Commission, alors que les États sont eux aussi responsables des directions que prend le programme.

Les études de cas précis portées sur la France et son rapport à l'internationale au niveau des politiques de l'audiovisuel sont davantage tournées vers la question de l'américanisation. En effet, nous l'avons vu précédemment avec Anne Bellon et le cas de l'arrivée de Netflix en France. Si cette question reste centrale dans les politiques audiovisuelles actuelles, analyser l'action du CNC à travers son rapport à l'UE constitue un autre point d'entrée révélateur sur ces questions. En outre, si Emmanuel Cocq, Alexis Dantec et Florence Lévy-Hartmann évoquent très rapidement la question de l'impact des politiques européennes dans leur article sur l'audiovisuel français, il n'est presque jamais fait mention du Centre national du cinéma et de l'image animée, ni même des programmes européens pour la culture, c'est encore une analyse où prime l'intervention juridique et légale de la Commission⁶⁵.

Concernant le CNC, très peu d'études lui sont uniquement dédiées. Yves Rousset-Rouard l'étudie de manière très descriptive, en déclinant chacune de ses compétences. Si il aborde rapidement la question des financements européens et le rôle que joue le CNC à leurs égards, il n'évoque qu'Eurimages, le programme du Conseil de l'Europe⁶⁶. Dans l'article scientifique belge, « *La production cinématographique* »⁶⁷, Fabienne Collard, et les auteurs qui l'ont aidé, dressent un tableau complet de la politique cinématographique, sauf que là encore, c'est une approche très descriptive qui est adoptée, une approche qui retrace l'ensemble des acteurs et des financements qui sont concernés par l'industrie cinématographique et visuelle. Le CNC y est abordé sous un angle très descriptif lui aussi, tout comme Media.

65 Cocq, Emmanuel, Dantec, Alexis et Lévy-Hartmann, Florence « Combien tu m'aimes ? Pour une analyse économique de la politique cinématographique française », Revue de l'OFCE, vol. 97, 2006

66 Rousset-Rouard, Yves, « Chapitre III. Financement-administration » Yves Rousset-Rouard éd, *Les 100 mots du cinéma*, Presses Universitaires de France, 2018

67 Collard, Fabienne, et al. « La production cinématographique », Dossier du CRISP, vol. 86, 2016

Ainsi, un certain pan de littérature contemporaine s'est donc intéressé aux politiques européennes de l'audiovisuel, et plus largement aux politiques culturelles. Seulement, pour une grande majorité d'entre elles, la question est uniquement traitée au regard de l'intervention légale et réglementaire de l'UE. De plus, elles ont tendance à analyser les relations entre les États membres et la Commission à partir d'un prisme antagoniste, se focalisant surtout sur les résistances des États membres en négligeant la contribution de ces derniers. Dans les rares cas où l'action de financement de la Commission est étudiée, c'est une approche historique qui prime, ou descriptive. Nous souhaitons, dans notre cas, construire une étude qui prend en compte à la fois le programme de financement de la Commission et les bases légales mises en place par cette dernière. Pour autant nous nous inscrivons, bien que notre approche diffère, dans la continuité de ces études contemporaines, qui visent avant tout à mieux saisir les transformations récentes de l'action des États membres et de la Commission à l'échelle européenne. Cette ambition est aussi la notre : clarifier l'articulation des politiques nationales et européennes consacrées à la culture.

Avant de continuer, il nous faut faire ici une précision sur ce que nous entendons par audiovisuel. Car le secteur de l'audiovisuel en lui-même, est bien plus large que les domaines concernés par notre étude. Parler du secteur de l'audiovisuel n'est donc pas totalement correct, puisque notre analyse ne prend pas en compte certains pans de ce secteur, comme les médias d'information. Le terme le plus approprié est davantage celui du secteur de la créativité audiovisuelle, que nous n'emploierons pas à chaque fois néanmoins, que nous pouvons définir à partir des secteurs sur lesquels le Centre national du cinéma et de l'image animée est compétent. Donc principalement le cinéma, et les divers genres qui le composent, mais aussi l'industrie du jeu vidéo. Des compétences qui correspondent finalement aux projets ciblés par le volet Media du programme Europe Créative.

Le CNC et la Commission : ensemble pour l'Europe de la culture ?

Une majeure partie de la littérature qui a traité de la question des politiques européennes de l'audiovisuel a donc abordé la question à partir d'une approche plus réglementaire en se concentrant davantage sur les directives et les dispositions légales émises par la Commission. Dans notre cas, nous avons choisi d'aborder la question en passant par les programmes de financement établis par la Commission, pour étudier les rapports entre les membres du CNC et les responsables des-dits

programmes européens, sans négliger pour autant les dispositions légales portées par la Commission. Il convient alors de mentionner une remarque d'Olivier Nay sur les programmes de soutien en Europe que nous appliquons, dans notre cas, au niveau national. Selon, le chercheur, « *l'intervention par les fonds structurels (européens) constitue une politique « redistributive » dans la mesure où elle entend lutter contre les disparités régionales (dans notre cas nationale) et agir sur les conditions générales du développement économique et social* »⁶⁸. Or cette logique « redistributive » des programmes européens trouve sa limite lorsqu'on observe les soutiens du volet Media du Programme Europe Créative. En effet, bien que le secteur audiovisuel français soit l'un des plus soutenu au niveau national, comparé aux autres pays européens, depuis la création de Media, « *la France est le premier pays bénéficiaire du programme, une place confirmée depuis la mise en œuvre d'Europe Créative* »⁶⁹. Depuis 2014, c'est plus de 115 millions d'euros qui ont été investi dans les structures françaises, soit 21 % du budget du programme, c'est également 36 millions d'euros pour la sortie en salle des films français en Europe, en tout c'est près de 440 projets français soutenus. L'idée reçue selon laquelle l'Europe serait une menace pour la créativité audiovisuelle française n'a donc pas lieu d'être⁷⁰. Bien au contraire, le secteur audiovisuel bénéficie d'un accompagnement privilégié de la part de Media. Précisons également, que le soutien particulier offert par Media aux professionnels français ne se fait que dans la mesure où ces derniers sont tournés vers l'échelle européenne. Media ne soutiendra pas un projet français pour sa seule diffusion en France. On peut citer ici Jean-Louis Quermonne, qui, dans son ouvrage *L'Europe en quête de légitimité*⁷¹, remarque que les États membres ont tendance à faire de la Commission le « *bouc-émissaire* » des décisions dont ils sont en partie les commanditaires.

Pourtant, il nous faut ici évoquer l'intervention d'Agnieszka Holland lors d'une table ronde organisée en 2021 par le CNC sur le thème de « *l'œuvre européenne au service de l'imaginaire européen* ». La présidente de l'académie des films européens a abordé la question des programmes de financement européen, par ces mots : « *je ne veux pas dire que la France n'est pas généreuse, je dis qu'elle peu survivre sans l'aide de partenaires importants* »⁷². Elle a souligné la limite « redistributive » des programmes européens dont parlait Olivier Nay. Une limite qui serait donc liée au fait que, malgré le système de financement pour l'audiovisuel particulièrement complet de

68 Nay, Olivier, « Négocier le partenariat. Jeux de conflits dans la mise en œuvre de la politique communautaire en France », *Revue française de science politique*, vol. 51, 2001

69 [publicationmedia-mai2018_versionweb.pdf \(relais-culture-europe.eu\)](#)

70 Nous appliquons ici la méthode sociologique de Cyril Lemieux, pour problématiser notre sujet – Lemieux, Cyril « Problématiser », Paugam Serge éd, *L'enquête sociologique*, Presses Universitaires de France, 2012

71 Quermonne, Jean-Louis, *L'Europe en quête de légitimité*, Presses de Sciences Po, 2001

72 Holland, Agnieszka, Table ronde « L'œuvre européenne au service de l'imaginaire européen », Colloque du CNC sur « l'indépendance au service de la création », 2021

la France, l'un des plus complets en Europe, rappelons le, le secteur audiovisuel français est celui qui bénéficie le plus du soutien financier de la Commission.

Cependant, notons ici l'ambivalence, puisque Agnieszka Holland précise bien que la France est particulièrement généreuse, et c'est le cas. Car la participation budgétaire de la France à ces programmes européens est essentielle, et pour Media notamment. Daniela Elstner, directrice générale d'UniFrance, le souligne parfaitement lors de la même table ronde, « *la France a bien plus donner pour la coproduction que les autres pays européens* »⁷³. Mais le rôle des institutions culturelles françaises ne se limite pas au seul financement, elles constituent en effet l'un des « *premier moteurs* »⁷⁴ de la coopération culturelle à l'échelle européenne, autrement dit, les institutions françaises sont particulièrement impliquées dans la conception et la mise en place des programmes européens pour la culture. Nous l'avons d'ailleurs bien vu avec à la fois l'implication historique du CNC dans la demande d'une « action positive » de la Commission pour la culture, mais aussi avec sa participation au comité de gestion des programmes européens pour l'audiovisuel.

Il y a donc bien là une ambivalence certaine qui constitue le point de départ de notre mémoire et qui nous amène à nous poser une question similaire à celle que posait Jean-Pierre Saez, à savoir, si « *le cadre eurorégionale est saisi pour aller vers une identité culturelle commune ou comme une aubaine pour poursuivre des stratégies propres à chacun ?* » (Saez, 2012). Pour nous demander à notre tour, **dans quelles mesures les programmes européens pour l'audiovisuel (essentiellement Media) sont-ils saisis par le Centre national du cinéma (CNC), pour aller vers la construction d'une Europe de la culture ?**

Comme pour la question de Jean-Pierre Saez, il y a également dans notre cas, ce que l'on pourrait appelé une sous-question. Sans parler d'une « aubaine » pour le CNC, notre interrogation porte aussi sur la poursuite d'intérêts stratégiques qui seraient davantage ceux du secteur audiovisuel français. Ils conviendra alors de se demander comment les intérêts de ces-derniers pourraient être mis en avant dans la construction d'une Europe de la Culture ? Notons d'avance, au risque de désamorcer notre questionnement, que si les projets audiovisuels français sont plus soutenus que les autres, c'est grâce à l'écosystème français, qui comptabilise beaucoup plus d'opérateur audiovisuel sollicitant Media⁷⁵. Mais la question n'en est que plus intéressante, car cela

73 Elstner, Daniela, Table ronde « L'œuvre européenne au service de l'imaginaire européen », Colloque du CNC sur « l'indépendance au service de la création », 2021

74 Intervention de Mariya Gabriel Commissaire européen durant le lancement du programme Europe Créative 2021-2027, [Lancement officiel du nouveau programme Europe Créative 2021-2027 en France - YouTube](#)

75 Lacoste Margot, Entretien, 2022

donne bien plus de poids au CNC dans les décisions, qui s'avère porter et représenter la voie du secteur français. En conséquence, bien que nous n'ayons pas la prétention de donner une réponse univoque à la question d'une influence qu'exercerait le CNC à l'échelle européenne, nous souhaitons apporter notre contribution dans la mise en place de pistes qui pourraient permettre d'établir un rapprochement entre les intérêts portés par le CNC et l'orientation que prend la construction de l'Europe la Culture. Car il s'agit bien ici d'étudier le processus de fabrication de cette Europe de la culture. Comme le précisent Oriane Calligaro et Antonios Vlassis, il n'est pas encore possible de parler de « *politiques culturelles européennes* »⁷⁶, car la Commission ne possède pas de véritable système de financement pour la culture, comme c'est le cas en France par exemple. On entend par système de financement, « *l'ensemble des règles, des pratiques et des institutions, qui permettent de mobiliser des capitaux pour les mettre à disposition d'agents dans le besoin de financement* »⁷⁷, mais aussi dans le « *choix structurant de défendre la production indépendant* »⁷⁸. Le programme Europe Créative ne dispose pas d'un budget assez conséquent pour être qualifié de la sorte. Mais une nouvelle question découle de ce que nous venons d'avancer, à savoir, si l'actuelle fabrication de l'Europe de l'audiovisuel vise à la mise en place d'un système de financement européen. Autrement dit, quelle est la nature de l'Europe de la culture qui est en train de se construire ?

Ainsi, pour participer à la compréhension de l'action européenne pour l'audiovisuel nous allons nous pencher sur la nature des échanges entre les membres du CNC et ceux de Media. Nous ne cherchons pas ici à faire d'analyse comparée entre la participation du CNC et celle de ses homologues européens à la construction de la politique européenne. Notre recherche se concentre sur le cas français des institutions du CNC et leur rôle au niveau de l'Europe. De cette manière, il nous est possible de démontrer la symétrie qui lie les actions du CNC avec celles de la Commission. Une symétrie qui se retrouve dans les objectifs écologiques et numériques qu'adoptent les deux instances⁷⁹. Si cette symétrie donne d'abord l'impression que les deux instances accompagnent la trajectoire logique du marché de l'audiovisuel, nous allons voir que leur objectif n'est pas seulement d'accompagner le marché mais de le structurer. Nous verrons alors que bien que largement soutenu par le CNC, le volet Media du programme Europe Créative échoue à cet objectif de structuration. Un échec qui est grandement lié à l'importance pratique que lui prête, et le CNC, et

76 Calligaro, Oriane, Vlassis Antonios, art.cité p.8

77 Pollin, Jean-Paul, « Macroéconomie – Systèmes financiers » Encyclopaedia Universalis, 2022, URL : <https://www.universalis.fr/encyclopedie/macroeconomie-systemes-financiers/>

78 Gourdin, Jean-Baptiste, Table ronde « Appliquer la directive SMA, bilan et perspectives », Colloque du CNC sur « l'indépendance au service de la création », 2021 (CNC)

79 Comparaison entre le rapport d'activité du CNC de 2019 et du Règlement du Parlement européen et du Conseil établissant le programme « Europe Créative » (2021-2027), datant du 20 mai 2021

la Commission, qui, par leur manière de l’appréhender, ne fond pas de lui une pierre angulaire de l’Europe de la Culture (Première Partie). Puisque la pierre angulaire de l’Europe de la Culture est plus à chercher du côté de la mise en place d’un cadre légal de protection des œuvres européennes que dans le financement. Mais cette primauté du cadre s’avère surtout être le résultat de la vision des acteurs du CNC et de la Commission qui cherchent à faire face à la globalisation avant tout (Deuxième Partie).

Protocole d’enquête

Parce que Europe Créative est le seul programme de financement de la Commission en matière de création culturelle, que son volet Media est par conséquent, l’unique dispositif de soutien consacré spécialement à l’audiovisuel, et que parallèlement le CNC est également l’institution spécifiquement dédiée au même secteur, notre terrain d’enquête est basée sur l’étude des acteurs qui compose ces deux instances. Dès lors, nous avons eu recours à la fois aux entretiens et au travail d’archives.

La symétrie, que nous évoquions plus haut, entre les objectifs du CNC et ceux de Media, nous l’avons d’abord identifiée à partir de l’étude des rapports d’activités du CNC. Ces rapports ont constitué la pierre angulaire de notre recherche, ils nous ont permis d’établir notre terrain d’enquête. En effet, à partir de ces rapports et de leur confrontation avec ceux du volet Media du programme Europe Créative, nous avons remarqué la similarité entre les objectifs de chacun. Si la poursuite des objectifs de diversité, d’écologie, et de parité peut d’abord sembler logique, puisque semblable dans les autres secteurs, nous avons très vite remarqué l’implication et l’attention particulière que le CNC accordait à la fabrication et à la gestion de ce programme. Très rapidement, il n’a plus été question d’une étude centrée sur le rôle sociale de la culture, que nous pensions alors réaliser. Il y avait là un lien, un rapport, entre le CNC et la Commission, qui n’était pas celui de la résistance ou du refus de l’intervention de l’UE, comme il nous a été souvent donné de lire, au contraire, le CNC était particulièrement favorable à la mise en place et à l’approfondissement d’une action européenne pour l’audiovisuel. C’est ici que nous avons rencontré nos premières difficultés, qui se sont avérées être davantage liées à la compréhension des rôles de chacun qu’à l’identification d’un terrain.

Nous avons en effet rapidement établi notre volonté de travailler sur les échanges et le dialogue entre le CNC et le volet Media du programme Europe Créative. Cependant, une fois le terrain identifié, nous nous sommes confrontés au « *flou* » et à la « *confusion* » qui entourent les institutions européennes (Quermonne, 2001). En effet, malgré la mise à disposition d’un large panel d’informations, d’archives et de règlements, il était difficile de faire le tri et d’établir clairement le

rôle joué par la Commission et les États membres. Néanmoins, il nous faut préciser que toutes ces informations nous ont largement été utile dans notre recherche, et que la confusion évoquée par Jean-Louis Quermonne⁸⁰, est limitée par la transparence dont font preuve le CNC et les institutions de la Commission européenne.

Avec le dialogue entre le CNC et la Commission comme terrain d'enquête, nous avons facilement pu identifier les personnes susceptibles de nous en apprendre plus sur la nature de la relation qui lie les deux institutions. Une nouvelle difficulté s'est présentée à nous, à savoir, comprendre les *responsabilités*⁸¹ de chacun des acteurs participant au dialogue. Car identifier les personnes concernées par l'échange s'est fait rapidement. Du côté du CNC, deux directions se chargent de la négociation et du dialogue avec l'Europe (la Commission et le Conseil de l'Europe). La première est logiquement la direction des affaires européennes et internationales, qui « *participe à la promotion de la diversité culturelle et veille au respect du principe de l'exception culturelle dans les enceintes multilatérales (OMC, OCDE, UNESCO...) et les accords de libre-échange conclus par l'Union européenne.* »⁸². Elle contribue, en lien avec la direction financière et juridique, au suivi de la politique de l'Union européenne dans le secteur de l'audiovisuel, et à la coordination des institutions nationales en charge de ces secteurs au sein de l'Union. La seconde est donc la direction des affaires financières et juridiques, qui est chargée de préparer et de mettre en œuvre le budget de l'établissement, d'assurer le suivi de son exécution et son contrôle de gestion. Elle évalue « *l'incidence financière des projets et des actions menés par le CNC* », elle « *assure une fonction permanente de réglementation sur tout le champ des interventions de l'établissement* », et elle « *suit également l'évolution des modes de soutien du secteur économique* »⁸³. Du côté du programme Europe Créative, nous avons ciblé les personnes responsables de la mise en place du volet Media en France, à savoir les membres du bureau français d'Europe Créative. Nous avons donc pu interroger Margot Lacoste, membre du bureau français d'Europe Créative et responsable de la mise en place du volet Media en France. Si l'entretien s'est déroulé par téléphone, il n'a été contraint par aucune limite de temps, ce qui nous a permis d'échanger longuement. Nous avons aussi eu l'occasion de nous entretenir avec Manon Duverger et Émilie Cardoso, respectivement, membre de la direction des affaires européennes et internationales, et membre de la direction des affaires financières et juridiques du CNC. L'entretien s'est cette fois-ci déroulé sur Zoom. Ces entretiens ont tous pris la forme d'entretien semi-directif.

80 Quermonne, Jean-Louis, *obidem*.opsit

81 Quermonne, Jean-Louis, *obidem*.opsit

82 [Direction des affaires européennes et internationales \(DAEI\) | CNC](#)

83 [Direction financière et juridique | CNC](#)

Ainsi, de prime abord, nous avons eu une certaine facilité d'accès au « terrain ». Cependant, lorsqu'il a été question d'approfondir notre sujet nous avons fait face à de nouvelles difficultés. En effet, nous avons souhaité réaliser de nouveaux entretiens avec d'autres membres responsables du programme Media, et de sa mise en œuvre en France. Nous avons été redirigés vers la personne que nous avons déjà interrogée, ce que nous avons fait, mais qui n'a pas donné de suite, de même pour le CNC. Ensuite, nous avons voulu nous entretenir avec les hautes instances européennes, responsable de la fabrication et de l'application des programmes que nous avons déjà présentés, à savoir, l'EACEA, et la DG CONNECT. Les agents de l'EACEA ont d'abord été favorables à notre demande, mais là aussi, il n'y a pas eu de suite. C'est cette institution qui nous a conseillé d'échanger avec la DG CONNECT en nous fournissant un contact. Cependant nous n'avons eu aucune réponse de la DG CONNECT non plus. Parallèlement, nous avons pris contact avec le programme Eurimages, du Conseil de l'Europe, nous avons été renvoyé vers l'Observatoire européen pour l'audiovisuel. Nous avons également pris contact avec un membre du programme Europa Cinemas, qui bien que ouvert pour répondre à nos questions, n'as pas pu trouver de disponibilité. A leur décharge, toutes ces instances sont actuellement extrêmement occupées par l'actuelle présidence française du Conseil de l'Union Européenne, et le travail conséquent que cela implique. Mais nous pouvons également tirer certaine analyse de ce que l'on peut qualifier d'un « *refus de terrain* ». Comme l'explique la sociologue Muriel Darmon, « *le temps de l'enquête ne se réduit pas aux moments évidents et explicites de recueil des matériaux, mais dans un mouvement inverse, redéfinit comme matériaux potentiel tout événement qui prend place lors de l'enquête. Ce type de posture conduit à accorder une place à l'analyse de ce qui pourrait sembler n'être qu'une condition de possibilité de l'enquête et du début des «choses sérieuses»: les négociations de terrain et leur résultante, acceptation ou refus.* »⁸⁴. Dans ce sens, à travers ce refus de terrain, nous pouvons lire un certain désintérêt par rapport aux questions qui traitent des ces programmes de financements européens pour la culture, surtout de la part d'institution comme la DG CONNECT. De plus nous remarquons que l'EACEA nous a renvoyé vers le direction de la commission affiliée à la technologie et au numérique, on peut don y lire l'importance fondamentale que tient le numérique dans les questions qui portent sur les politiques européennes de l'audiovisuel.

Afin de contourner ce *refus de terrain*, nous avons longuement étudié les diverses tables rondes et conférences organisées par le CNC et le programme Europe Créative, qui nous ont été d'une grande aide, et dont nous nous inspirons largement. Nous avons également réalisé un travail

84 Darmon, Muriel, « Le psychiatre, la sociologue et la boulangère : analyse d'un refus de terrain », Genèse, vol. 58, 2005, p. 98

d'archives en étudiant les nombreux rapports d'activités et directives mis à disposition par le CNC et la Commission.

Tableau des enquêtées

Prénom/Nom des enquêtées	Fonctions	Types d'entretien	Durée de l'entretien
- Margot Lacoste	- Responsable du volet Media eu sein du Bureau français d'Europe Créative	- entretien semi-directif - entretien téléphonique	- 52 minutes
- Manon Duverger - Émilie Cardoso	- Chargée de mission au sein de la direction des affaires européennes et internationales - Chargée de mission au sein de la direction des affaires financières et juridiques	- entretien double - entretien semi-directif	- 50 minutes

PREMIÈRE PARTIE : LE RÔLE SUBALTERNE DU VOLET MEDIA DANS LA CONSTRUCTION D'UNE EUROPE DE L'AUDIOVISUEL

Europe Créative est présentée comme l'une des fondations de l'Europe de la culture par ceux qui travaillent en son sein, comme Catherine Lalumière, ancienne présidente du Relais Culture Europe⁸⁵, mais aussi, et nous l'avons vu, par le ministère de la culture français. Il est alors nécessaire de rappeler que l'actuelle conception de cette Europe de la culture ne vise nullement à compromettre ni la souveraineté culturelle de la France ni celle des autres pays membres. Cependant, il existe une distinction entre intérêt et souveraineté. Si comme nous l'avons vu le volet Media apporte un important soutien à la créativité audiovisuelle française, il n'a pas pour objectif premier de servir les intérêts du secteur audiovisuel français. En parallèle, l'activité du CNC, malgré son importante participation financière au programme, vise en premier lieu à promouvoir les intérêts du secteur audiovisuel français. Le fait que l'un comme l'autre servent finalement les intérêts de la Commission et du secteur français est le résultat de conséquences secondaires. Pour autant cela ne signifie pas que la Commission ne souhaite pas développer le secteur français, mais bien que son objectif premier est ailleurs. Il en va de même pour le CNC, qui est une institution motrice de la coopération européenne, mais qui sert avant tout les intérêts du secteur français. Néanmoins, les auteurs traitant des programmes de financement en Europe, comme Thomas Perrin, ou y faisant référence, comme Oriane Calligaro, l'ont déjà fait remarquer, le poids et les effets de Media s'avèrent en réalité minimes par rapport aux investissements de l'UE dans d'autres domaines. Ce qui nous amène à l'essentiel de notre première partie, car le faible effet d'Europe Créative et donc de Media souligne une chose, son incapacité actuelle à être l'une des pierres fondatrice d'une Europe de la culture. Ce rôle n'est pourtant pas l'objectif prôné par la Commission, au contraire, Europe Créative comme Media affiche des objectifs ambitieux, auxquels cependant sont alloués des moyens insuffisants pour y parvenir (Chapitre 1). Mais les ambitions de Media sont également contrariées par la manière dont le CNC se saisit du programme (Chapitre 2).

85 Nous reviendrons sur le rôle du Relais Culture Europe – Lalumière, Catherine, [Présentation du Relais Culture Europe par Madame Catherine L - YouTube](#)

CHAPITRE 1 : LE VOLET MEDIA DU PROGRAMME EUROPE CRÉATIVE : DES OBJECTIFS AMBITIEUX POUR DE FAIBLES MOYENS

« Je m'adresse au gens de la culture, l'Europe a besoin d'eux, qu'ils ne soient pas uniquement des demandeurs de subvention. Qu'ils obtiennent des subventions, je me bats pour ça et c'est très bien, mais leur rôle va au-delà, c'est l'âme de l'Europe »⁸⁶. C'est par ces mots que Catherine Lalumière, ancienne présidente du Relais culture Europe, présentait l'objectif de son action aux professionnels de la culture en France. Le Relais culture Europe est une structure publique nationale dont la mission principale consiste à assurer en France, le fonction de Bureau Europe Créative. On peut lire, au travers des mots de l'ex présidente, l'ambition qui est celle d'Europe Créative, en France en tous cas. Néanmoins cette ambition n'est pas uniquement celle de donner une âme au projet européen, cela nous ramènerait à l'ambivalence initiale qui oppose identité et économie dans la définition de la culture, une ambivalence que nous voulons dépasser dans notre analyse, mais qui est surtout dépassée dans la manière d'agir d'Europe Créative. L'ambition d'Europe Créative est avant tout de fonder les bases d'une Europe de la culture au travers de son action de financement (Section 1). Cependant, cette ambition se heurte rapidement aux faibles moyens qui sont alloués au programme et qui finalement l'enferme dans ce rôle de simple donneur de subvention (Section 2).

Section 1 : Participer par le financement à la construction d'une Europe de la Culture, l'ambition de Media

Le volet Media n'a pas la volonté d'être cantonné au rôle de donneur de subvention. Au contraire même, bien que son action ait pour base de soutenir financièrement le secteur de la créativité audiovisuelle, son ambition « va au-delà », pour reprendre les mots de Catherine Lalumière. Elle va au-delà dans la mesure où elle ne cherche pas simplement à accompagner le marché, et à le libéraliser, au contraire même, l'objectif est d'abord de structurer le marché de l'audiovisuel au niveau européen, par le financement. Dans ce sens, Media vise à la promotion d'une « union sans cesse plus étroite entre les peuples de l'Europe » en « contribuant à l'épanouissement des cultures des États membres dans le respect de leur diversité nationale et régionale » grâce notamment au « renforcement de la compétitivité des secteurs de la culture et de la création » et à « l'adaptation aux mutations industrielles »⁸⁷.

86 Lalumière, Catherine, [Présentation du Relais Culture Europe par Madame Catherine L - YouTube](#)

87 Autissier, Anne-Marie, « IV. Une nouvelle relation de l'Europe au monde : une influence inattendue, une inégale prise en compte des attentes », *Europe et Culture : un couple à réinventer ?* Autissier, Anne Marie, 2016, p.191

Une grille de lecture est alors souvent favorisée quand on cherche à analyser l'action de la Commission. Une grille de lecture qui renforce l'opposition entre les États membres et la Commission : la vision d'une action européenne guidée uniquement par le marché, et qui ne souhaiterait que sa libéralisation. Bien que Oriane Calligaro, et nous l'avons évoqué, souligne le « *primat de l'approche économique* » de l'Union, ce paradigme économique n'est pas toujours lié à la libéralisation, et Media par ses ambitions, en est la preuve. Dans ce sens, nous nous inspirons de l'article sur le *New Public Management*, écrit par Philippe Bezes et Christine Musselin, à travers lequel les deux chercheurs rompent avec une vision « *strictement économique* » des transformations de l'action publique⁸⁸. En effet les deux auteurs affirment que le New Public Management ne se limite pas à un « *recours systématiques aux mécanismes de marché* » mais doit également se lire sous le prisme de la rationalisation et du recours à l'organisation⁸⁹. Le volet Media s'inscrit pleinement dans les transformations de l'action publique, sa méthode d'action portée sur l'appel à projet, « *la séparation entre les fonctions de stratégie* », avec la DG CONNECT, « *de pilotage et de contrôle* », avec l'EACEA, et « *les fonctions opérationnelles* », avec le réseau des bureau Europe Créative, font clairement écho à la définition du New Public Management dont nous font part Philippe Bezes, et Christine Musselin⁹⁰. Or, si il est vrai que le recours aux mécanismes de marché est une part importante de l'action de Media, son objectif est avant tout de structurer ces mécanismes en leur faisant adopter une échelle européenne, grâce au financement. Pour aboutir à cette structuration du marché, Media vise en premier lieu à soutenir la circulation des œuvres en Europe et la coproduction des pays européens.

Or, ces deux priorités de Media sont présentées par Bruno Patino, président d'Arte GIEE et Arte France, comme les bases d'une Europe de la culture. En effet, dans l'une des tables rondes organisée par le CNC sur le thème de « *l'œuvre européenne au service de l'imaginaire européen* », il évoquait les mécanismes nécessaires à la mise en place de ces bases. Il en notait deux principales, « *la circulation, faire circuler les œuvres européennes* » et « *la coproduction, c'est une évidence* »⁹¹. C'est toujours de ces deux mécanismes qu'il est question, lorsqu'on parle de l'action de Media visant à structurer le marché. Ces priorités se retrouvent à travers le niveau de son budget consacré au pôle d'action « *business* ». Pour rappel, Media est composé de trois pôles d'action, dit

88 Bezes, Philippe, Musselin, Christine « Chapitre 5/ Le New Public Management. Entre rationalisation et marchandisation ? », *Une French touch dans l'analyse des politiques publiques ?* Laurie Boussaguet et al., Presse de Sciences Po, 2015

89 Bezes, Philippe, Musselin Christine, art.cité p. 126

90 Nous n'abordons pas ici l'entièreté de la définition du New Public Management faite par les auteurs. Le but ici est davantage de montrer la ressemblance entre le mode d'action de Media et les transformation contemporaine de l'action publique - Bezes, Philippe, Musselin Christine, art.cité p. 126

91 Patino, Bruno, Table ronde « *L'œuvre européenne au service de l'imaginaire européen* », Colloque du CNC sur « *l'indépendance au service de la création* », 2021

aussi « cluster », à savoir « content », « audience » et donc « business ». Ce pôle « business », qui regroupe lui-même plusieurs autres dispositifs de soutien, dédie tous ses appels à projet au financement de la circulation et de la coproduction des produits audiovisuels à l'échelle européenne, comme l'explique Margot Lacoste⁹² :

« le deuxième cluster, qui est le plus important en terme financier, c'est le cluster dit « business », notamment parce qu'il comprend les soutiens pour les distributeurs de films et les vendeurs internationaux, qui est un des soutiens, on va dire historique de MEDIA, qui permet la circulation de films européens non nationaux, à l'intérieur de l'Europe »

Ce type de soutien, pour les vendeurs et les distributeurs européens, constitue « l'appel le plus costaud » de Media, avec, en 2022, plus de 33 millions d'euros destinés aux distributeurs européens pour favoriser la circulation des œuvres européennes. Pour ce qui est de la coproduction, en 2014, l'ancien programme Europe Créative avait introduit un fonds de coproduction internationale, dont le but était de soutenir les coproductions à l'échelle de l'Europe. En 2022, Media a renouvelé cette appel à projet à partir du dispositif Media 360 qui vient d'être lancé via le cluster « business ». Un nouvel appel qui a lui aussi pour but de soutenir « les grands marchés européens de manière plus structurante »⁹³. Autre dispositif du cluster « business », c'est le dispositif de soutien à la formation de professionnel, dont le but est de mettre en place des réseaux, de professionnels, pour développer le « networking ». Un dispositif qui là encore vise à structurer le marché au niveau européen via une mise en réseau des professionnels⁹⁴ :

« Ça aussi, ça a vraiment permis de financer, de structurer le secteur au niveau européen, ces logiques de formation professionnelle qui permettent aussi de créer beaucoup de réseaux, et de travailler avec des professionnels, pas forcément émergents, qui constituent un vrai réseau européen. »

La mise en place d'un réseau européen, si chère à Media, passe également par les missions du programme Europa Cinemas, majoritairement financé par Media. Il s'agit ici de construire un réseau de salle européen, via le financement, en soutenant les salles qui accordent une partie importante de leurs diffusions à des films non nationaux.

Ainsi, bien qu'adoptant une approche économique, l'ambition d'Europe Créative ne se limite pas à une simple « marchandisation »⁹⁵ des produits audiovisuels. Contrairement à

92 Lacoste, Margot, Entretien, 2022

93 Lacoste, Margot, Entretien, 2022

94 Lacoste, Margot, Entretien

95 Une marchandisation liée à la primauté du référentiel de marché comme guide de l'action publique contemporaine dont parle Philippe Bezes et Christine Musselin

l'hypothèse de Thomas Perrin, et bien qu'il se concentre sur le programme de 2014-2020 qui n'est pas bien différent de celui de 2021-2027⁹⁶, le volet Media ne cherche pas ici à mettre la culture au service d'un marché autre que celui du marché des produits culturels européens⁹⁷.

Par ailleurs, l'action de Media est teintée d'une ambition identitaire. En effet, une grande partie des financements de Media sont dirigés vers l'innovation, et plus précisément « vers le financement d'outils innovants pour le secteur »⁹⁸. En effet, l'un des dispositifs du pôle d'action « business », nouvellement créé pour l'édition 2021-2027 d'Europe Créative, nommé « Innovative tools and business models », est entièrement dédié au soutien d'outils innovants. Cette attention particulière accordée au soutien à l'innovation est décrit par Jean-Pierre Saez comme l'un des moyens utilisés par les programmes de financement européen, pour construire une « identité européenne ». Ainsi, pour le sociologue, « *l'identité européenne semble plus à chercher du côté du projet commun que du passé partagé* »⁹⁹.

Cette approche identitaire de l'action de Media est d'autant plus présente dans le primat accordé à la « *valeur ajoutée européenne* ». Le programme Europe Créative 2021-2027 donne une place prépondérante à cette « *valeur ajoutée européenne* », plus que lors du programme précédent¹⁰⁰. Elle se définit comme résidente dans : « *le caractère transnational des actions, la coopération transfrontalière, les économies d'échelle et la création de conditions de concurrence plus équitables* »¹⁰¹. Pour juger de son importance il suffit de constater qu'elle constitue le premier critère d'attribution d'aide à un projet¹⁰². Les autres critères sont d'avantages tournés vers le potentiel concurrentiel et compétitif des projets qui candidatent, via la faisabilité et la qualité d'une candidature, le « project management », c'est à dire l'équipe qui compose le projet et enfin la portée et l'impact que pourraient avoir le projet. En pratique, elle se mesure dans les priorités que nous avons énoncées, à savoir, la circulation des œuvres et la coproduction :

96 Le programme Europe Créative 2021-2027 se place « dans la continuité » du programme de 2014-2020 – Lacoste, Margot, Entretien, 2022

97 L'hypothèse en question : « *la « créativité généralisée » : n'est-ce pas là un moyen de privilégier l'instrumentalisation et la relativisation culturelles au service des priorités du marché global ?* » dans – Perrin, Thomas, « Vers une Europe Créative ? Analyse du programme culturel de l'Union européenne pour 2014-2020 », L'Observatoire, vol 42 p. 4

98 Lacoste, Margot, Entretien, 2022

99 Saez, Jean Pierre, ibidem.opsisit p. 102

100 Gesier Barbara, Lancement officiel du nouveau programme Europe Créative 2021-2027 en France, 2021, [Lancement officiel du nouveau programme Europe Créative 2021-2027 en France - YouTube](#)

101 Règlement du Parlement européen et du Conseil établissant le programme « Europe Créative » (2021-2027), datant du 20 mai 2021

102 Lacoste, Margot, Entretien, 2022

« Nous ont a des pratiques avec les acteurs avec qui ont va travailler, qui sont forcément des acteurs qui ont une approche ou une pratique européenne plus ou moins intégré. Donc, par exemple si on parle du film, et bah c'est un projet qui a un potentiel d'audience au niveau européen ou internationale, ou concrètement les projets qui sont dans une logique de coproduction européenne vont être assez naturellement avantagé, au regard des projet qui sont ciblés par les appels MEDIA. »

L'ambition de Media est donc précise et énoncée depuis le départ, et elle ne se limite pas à un accompagnement du marché. Son action vise à financer pour européeniser.

Section 2 : Le manque d'engagement de la Commission à l'égard du financement de l'audiovisuel

Cependant, malgré ses ambitions, et les moyens mis en œuvres pour les réaliser, l'engagement porté par la Commission à l'égard de Media, limite considérablement la capacité structurante de son action. Ce manque d'engagement transparait d'une part dans le budget limité alloué au programme, et d'autre part dans la dilution du secteur audiovisuel avec une multitude d'autres domaines au niveau de la Commission.

Le manque de considération de la Commission à l'égard du volet Media, et du programme Europe Créative, s'observe d'abord dans la négligence, qui est celle de l'Europe, pour le financement des secteurs artistiques et créatifs. Une négligence que se traduit par un taux de financement bien inférieur à ce que représente économiquement le secteur en Europe¹⁰³. En effet, la balance commerciale des produits culturels en Europe est excédentaire, c'est à dire que l'Europe exporte plus de produits culturels qu'elle n'en importe¹⁰⁴. Par ailleurs, le programme Media, est l'unique programme de la Commission destiné à l'audiovisuel. Si il est vrai que les acteurs culturels et audiovisuels peuvent bénéficier d'autres aides financières via différents programmes de la Commission, tels que les fonds structurels de la politique régionale ou les programmes d'éducation¹⁰⁵, cela reste des « *programmes transversaux* »¹⁰⁶. Media, en tant qu'unique programme dédié au secteur de la créativité audiovisuelle, souffre donc d'un certain manque de considération surtout au regard du budget qui lui est accordé par rapport au rôle qui lui a été assigné. Son budget a certes augmenté depuis le précédent programme, mais il reste fondamentalement limité¹⁰⁷ :

103 Lacoste, Margot, Entretien, 2022 : « *voilà on reste quand même sur un programme avec une enveloppe budgétaire qui est quand même, relativement, assez petite par rapport à ceux que représente le secteur* »

104 Elstner, Daniela, Table ronde « *L'œuvre européenne au service de l'imaginaire européen* », Colloque du CNC sur « *l'indépendance au service de la création* », 2021

105 Perrin, Thomas, art.cité p. 7

106 Lacoste, Margot, Entretien, 2022

107 Lacoste, Margot, Entretien, 2022

« Oui, il a augmenté de 60 % mais c'était très bien qu'il augmente, mais ça reste quand même... On est sur un budget Pour comparer, le budget de horizon Europe qui est dédié à l'innovation, je crois qu'il fait plus de 100 milliards, et nous on a 2 milliard, et puis pareil Erasmus c'est un budget qui a été doublé, nous on a une augmentation mais on a pas été doublé non plus. »

Donc en plus d'être doté d'un budget minime comparé aux autres programmes de la Commission, l'augmentation du budget de Media est bien inférieure à celle de ces autres programmes. Cette augmentation est d'ailleurs en grande partie liée au contexte de crise sanitaire qui a largement impacté les secteurs audiovisuels et créatifs. Ainsi, bien que cette augmentation soit perçue comme « rassurante »¹⁰⁸ par les agents de Media, et qu'elle ait quand même permis de savoir que le programme actuel « serait plus impactant que ce qu'il était avant »¹⁰⁹, il demeure un écart significatif entre les besoins financiers du secteur, notamment dues à la crise, et la somme allouée au programme.

Néanmoins, malgré ce faible budget, l'action de Media a pu être structurante pour un certain pan du secteur de l'audiovisuel, et notamment pour les « distributeurs indépendants qui sortent des films européens non nationaux »¹¹⁰. Une réussite qui est davantage le résultat de la pérennité du programme et de la continuité de son action tout au long de ces 30 années d'existence. Media consacre en effet un pôle d'action complet au soutien des producteurs et diffuseurs indépendants via la cluster « content ». C'est un des soutiens historiques de Media qui fait également la particularité du programme. Media est donc loin d'avoir été inutile.

Par ailleurs, le faible budget consacré au programme de financement européen de l'audiovisuel n'est pas l'unique responsable de l'incapacité de Media à parvenir à ses objectifs. En effet, selon Oriane Calligaro, et Antonios Valssis, si il est impossible de qualifier l'action de l'Union en matière de « politiques culturelles européennes » c'est à cause de ce « budget modeste » que nous venons d'évoqué, mais aussi de la fragmentation de la culture « à travers de nombreux domaines d'intervention et de systèmes de financements »¹¹¹. Nous avons remarqué la transversalité des programmes de financement qui pouvaient apporter de l'aide aux professionnels de la culture. A part Media aucun n'est uniquement dédié à l'audiovisuel. De plus, aucune des institutions européennes en charge du programme Europe Créative n'est uniquement destinée à la culture et à

108 Lacoste, Margot, Entretien, 2022

109 Lacoste, Margot, Entretien, 2022

110 Lacoste, Margot, Entretien, 2022

111 Calligaro, Oriane, Vlassis, Antonios, p.8

l'audiovisuel. On le remarque au travers des nombreuses directions générales de la Commission avec lesquelles les membres du CNC sont amenés à échanger¹¹² :

« Donc là on va être en relation avec la direction générale de la concurrence, de la connectivité ou encore la DGEAD, donc la direction générale de l'éducation, de la jeunesse, des sports et de la culture sur des questions, d'enjeu audiovisuel, culturel »

Une multiplicité d'interlocuteur qui souligne la dilution des secteurs culturels dans le système de fonctionnement de l'Union européenne.

Ainsi, malgré des ambitions affichées dès le départ, le faible budget et la dilution de l'audiovisuel dans d'autres secteurs limitent considérablement la capacité de Media à dépasser son rôle de donneur de financement. Un sentiment d'incapacité en ressort¹¹³ :

Après, la vérité, c'est que c'est un tout petit programme au niveau budgétaire... vraiment ridicule au niveau du budget de l'UE. Et donc du coup par défaut c'est un programme qui ne peut pas financer de manière structurelle le secteur que ce soit celui de France, ou d'autre pays, au niveau audiovisuel »

La Commission européenne n'est donc pas vraiment engagée dans le financement de l'audiovisuel européen. Cela ne signifie pas pour autant qu'elle ne considère pas les secteurs culturels, mais plutôt que son action au niveau du financement de ces-derniers s'avère particulièrement limitée.

Toutefois, Media, et Europe Créativ restent des outils uniques de coopération transnationale à l'échelle européenne, comme le remarque Thomas Perrin, « se préoccuper de l'impact de la transition numérique ou faire de la culture un élément fort du rayonnement mondial de l'Union européenne sont autant de préoccupations qui sont à mettre au crédit de la proposition de la Commission européenne. »¹¹⁴

Cependant, le manque d'engagement de la Commission dans le programme Europe Créative, ne pourrait-il pas, finalement être aussi lié à l'action et la volonté des États membres ? C'est en tout cas ce que voulons avancer. Car si c'est bien la Commission qui prend la décision finale concernant les politiques de l'Union, les États membres sont loin de la subir sans pouvoir rien dire. Si la mission principale de l'UE est « *de contribuer à l'épanouissement des cultures des États membres dans le respect de leur diversité nationale et régionale* »¹¹⁵, la Commission ne choisit pas seule la marche à suivre. Finalement est-ce que ce principe de diversité culturelle ne renforce-t-il

112 Lacoste, Margot, Entretien, 2022

113 Lacoste, Margot, Entretien, 2022

114 Perrin, Thomas, art.cité p.12

115 Autissier, Anne-Marie, art.cité p. 191

pas une caractéristique déjà marquée de l'eupéanisation des politiques publiques, à savoir, que les décisions de la Commission soient finalement, en partie, celles des États membres ? Dans ce sens, Jean-Louis Quermonne affirme que « *la force centrifuge des États membres l'emporte sur la force centripète de l'Union* »¹¹⁶. Si on suit ce raisonnement, il en ressort qu'un État membre comme la France serait en mesure, via ses échanges avec l'Union, d'orienter les actions de cette dernière. Nous avons présenté en introduction l'implication particulière du CNC au sein du volet Media d'Europe Créative, sachant que le respect de la souveraineté culturelle règne en maître dans l'intervention de l'UE pour l'audiovisuel¹¹⁷, intéressons nous à l'activité du CNC, pour comprendre en quoi son action reflète non pas un manque d'engagement mais une limite face à l'actuel rôle du volet Media du programme Europe Créative.

CHAPITRE 2 : LE CNC AU SEIN DE MEDIA : ENTRE MOTEUR DU FINANCEMENT ET FREIN A L'EUROPÉANISATION

Le CNC, nous l'avons dit, est particulièrement impliqué dans le volet Media du programme Europe Créative. Il est une des institutions qui, financièrement, participe le plus. Pourtant, nous allons voir que bien qu'il joue un rôle moteur dans le programme, via ce que nous venons de citer ci-dessus, il est aussi un frein à l'ambition de Media. Pour comprendre notre raisonnement, il nous faut d'abord revenir sur la nature même de l'Union européenne. Trop souvent, et nous avons déjà abordé le sujet avec le cadre des missions de Media, l'Europe est perçue comme strictement économique. Or, Jean-Louis Quermonne, professeur de science politique, le précise, « *il ne faut pas confondre idéologie pluraliste et libéralisme débridé* ». « L'idéologie pluraliste » est décrites par le politiste comme « le guide de l'action européenne », elle correspond à « *l'émergence dans l'espace public de nouveaux intérêts, jadis inexistantes, et par une dispersion croissante du pouvoir dans de multiples arènes et parmi de multiples acteurs* »¹¹⁸. Dans ce sens, c'est davantage par souci de gouvernementalité que l'Europe s'est constituée. En conséquence, l'Union européenne est avant tout un projet politique, guidé par des décisions politiques. Jean-Louis Quermonne le souligne à nouveau en affirmant que « *l'apport principal du traité de Maastricht a été de servir de matrice à l'Union politique* »¹¹⁹. Une Union politique donc, mais qui n'est pas celle d'un État fédéral. Ainsi,

116 Quermonne, Jean-Louis, *ibidem*. op.cit p. 44

117 Autissier, Anne-Marie, *art.cité*

118 Quermonne, Jean-Louis, « Chapitre 17. De la gouvernance au gouvernement : l'Union européenne en quête de gouvernabilité », dans : Pierre Favre éd., *Être gouverné. Études en l'honneur de Jean Leca*. Paris, Presses de Sciences Po, « Académique », 2003, p. 315

119 Quermonne, Jean-Louis (2003), *art.cité* p.129

L'Union européenne ne « *comporte pas de gouvernement centrale* » chacune des décisions prises au niveau communautaire, reste intimement liée à la volonté des États membres. Cette prédominance du rôle des États membres est illustrée par Jean-Louis Quermonne, à partir de la notion de « *dédoublement fonctionnel* »¹²⁰. Un dédoublement qui accentue le poids des États membres aussi bien « au sommet », « qu'à la base ». Si ce dédoublement est caractéristique des politiques européennes, il l'est d'autant plus lorsqu'on se penche du côté de l'action européenne en matière de culture. En effet, nous l'avons déjà souligné, mais avec l'introduction du principe de diversité dans le traité de Maastricht, qui s'avère être la traduction du primat de la souveraineté culturelle nationale, la communauté a, à la fois acquis, ses premières compétences en matière culturelle, mais aussi leur limite, puisque subordonnée à ce principe de diversité. Le « *dédoublement fonctionnel* » si caractéristique de l'action de l'Union se retrouve en effet dans le rôle joué par le CNC, au sein du comité de gestion (Section 1) et dans la mise en œuvre du programme, via l'échange quasi-inexistant avec le bureau Europe Créative France (Section 2).

Section 1 : Le double rôle du CNC et sa capacité à orienter la direction du programme

Nous l'avons dit, nous l'avons même répété, le CNC participe au conseil de gestion d'Europe Créative, qui se déroule trois fois par an, pendant toute la durée du programme. Cette participation illustre « *la mise en place d'un dialogue permanent entre les organismes européens responsables de proposer des solutions aux problèmes communs et les gouvernements nationaux qui expriment leurs points de vue nationaux* »¹²¹. Il convient alors de préciser que bien que la direction des affaires juridiques et financières du CNC et celle des affaires étrangères et européennes, soient toutes deux en charge du niveau Européen, il n'y a que la première qui participe au conseil de gestion. Au sein de ce comité, où siègent également les représentants des autres CNC européens, et les membres de l'EACEA, le CNC français « *intervient vraiment comme une délégation française* »¹²², c'est à dire qu'il « *représente les autorités françaises* »¹²³. Les agents du CNC remplissent également une fonction d'expert de l'audiovisuel auprès du comité de gestion. C'est de ce double rôle de représentant des intérêts du secteur français et d'expert que naît le « *dédoublement fonctionnel au sommet* »¹²⁴ dont nous parle Jean-Louis Quermonne.

120 Quermonne, Jean-Louis (2001), *ibidem*. op. cit. p. 62

121 Quermonne, Jean-Louis, art. cité p. 130

122 Cardoso, Émilie, Entretien, 2022

123 Cardoso, Émilie, Entretien, 2022

124 Quermonne, Jean-Louis (2001), *ibidem*. op. cit. p. 107

Le « dédoublement fonctionnel au sommet » est une des caractéristiques du fonctionnement de l'Union européenne. Il est possible de le définir, selon Jean-Louis Quermonne, comme « *l'exercice par des autorités, dont la compétence s'applique souverainement à un niveau donné (ici les États membres), d'un pouvoir complémentaire pratiqué de manière subsidiaire à un niveau plus élevé (ici le niveau européen).* »¹²⁵. A partir de cette définition, on comprend que les États membres sont en grande partie ceux qui orientent la direction que prend la Commission. En effet, on remarque, dans le cas de la France, que ses représentants sont présents à chaque étape, et à chaque niveau de la prise de décision. Ça commence avec le Parlement européen qui prend part aux propositions adoptées par la Commission Européenne, et ça continue avec le recours permanent aux délégations nationales à qui l'on demande un avis ¹²⁶.

Cependant, les conséquences de ce « dédoublement fonctionnel » s'observe davantage via le rôle de représentant des intérêts du secteur français joué par le CNC au sein du comité de gestion. Car les membres de la direction juridique et financière qui participent à la gestion du volet Media du programme Europe Créative adoptent davantage une position de défense des intérêts français. Une position défensive qui pèse lourd dans l'orientation du programme, puisque le positionnement du CNC fait quasiment office de barrage face aux propositions de la Commission¹²⁷ :

« Nous notre rôle en tant que représentant qui siège au Comité de gestion, on consulte les professionnels sur chaque appels à projet. Toutes l'année on va vérifier que la Commission ne fait pas de modification qui irait à l'encontre des volonté du secteur français, puisque nous on est là pour quand même soutenir le secteur français. »

Bien que l'impact de l'action du CNC soit moindre que lors des négociations du programme, le CNC n'est pas cantonné à un rôle purement « consultatif », il possède même un pouvoir d'action via son poids juridique, face auquel la Commission « *ne peut pas aller frontalement* »¹²⁸ :

« Si on estime qu'il y a vraiment un point qui est inacceptable en fait pour les professionnels français, qui pourrait être préjudiciable au niveau européen avec pour le secteur, on peut même aller jusqu'à modifier des notes de délégations, ou des autres notes qui sont plus diplomatiques, pour justement montrer qu'on est pas en accord avec la Commission. »

Par ailleurs, maintenant que nous avons vu la capacité du CNC à interférer dans l'action de la Commission, penchons-nous sur les demandes, par rapport à Media , qui en découlent. Tout

125 Quermonne, Jean-Louis (2001), *ibidem*. opcit p.63

126 Cardoso, Émilie, Entretien, 2022

127 Cardoso, Émilie, Entretien, 2022

128 Cardoso, Émilie, Entretien, 2022

d'abord on trouve une certaine satisfaction, qui se remarque à partir des interventions de Jérémy Questlère, directeur adjoint de la direction des affaires juridiques et financières du CNC, lors du lancement du programme Europe Créative 2021-2027. En effet, il a précisé que lors des négociations pour le renouvellement du programme, chacune des six demandes énoncées par le CNC ont été mises en place dans le volet Media d'Europe Créative. Nous pouvons en citer quelques unes, telles que l'augmentation de la capacité financières du secteur, et la mise en place de complément de financement. A travers l'intervention de Jérémy Questlère, on peut donc voir que la Commission applique les demandes et les priorités du CNC¹²⁹. De même, nous retrouvons cette satisfaction à l'égard de Media, au sein de la quasi absence de désaccord qui règne dans le comité de gestion, surtout que le « combat se gagne »¹³⁰. Par exemple, lors d'un rare désaccord concernant le financement pour le documentaire, la Commission voulait apporter des modifications qui avaient pour effet de limiter le taux d'intervention de l'aide européenne pour les documentaires. Les agents du CNC se sont donc « battu », avec des associations européennes représentant des documentaires pour demander une augmentation de ce taux là. Ils sont aller jusqu'à rédiger une note de délégation qui leur a permis de « gagner », puisque le taux a été porté à 20 %, au lieu de 15. Cette exemple, en plus de montrer la capacité du CNC a obtenir gain de cause, montre qu'il ne se positionne pas, malgré les termes employés, comme une institution qui résiste à l'intervention de la Commission, au sens d'Antonios Vlassis (Vlassis, 2017). Au contraire, le CNC milite pour une plus grande intervention de la Commission.

Néanmoins, l'implication du CNC pour l'intervention de l'UE, via Media, se limite à des demandes de subvention. Il n'est jamais question de « la valeur ajoutée européenne », au contraire même¹³¹ :

« Évidemment, on encourage à ce que les œuvres s'exportent au niveau européen mais c'est plus dans le sens de l'internationalisation des œuvres, pour qu'elles circulent au niveau européen et pas qu'elles aient forcément une valeur ajoutée européenne. Le CNC a ses propres grilles en faite »

Le CNC ne s'implique donc pas dans la porté identitaire du financement de Media.

Pour revenir sur le « dédoublement fonctionnel au sommet », c'est dans le rôle d'expert des membres du CNC, qu'on remarque leur plus grande capacité à orienter la direction du programme Europe Créative. En effet, l'une des particularités de l'action de la Commission européenne, c'est sa pratique de la concertation, et cette concertation se manifeste par un recours récurrent aux experts,

129 Questlère, Jérémy, Lancement officiel du nouveau programme Europe Créative 2021-2027 en France, 2021, [Lancement officiel du nouveau programme Europe Créative 2021-2027 en France - YouTube](#)

130 Cardoso, Émilie, Entretien, 2022

131 Cardoso, Émilie, Entretien, 2022

et à l'attention particulière qui leur est accordé¹³². Ainsi, en tant qu'expert, les membres du CNC entretiennent une relation « étroite »¹³³ avec les directions de la Commission et l'importance des avis qu'ils donnent se retrouve dans l'activité de conseiller qu'ils exercent¹³⁴ :

« Il faut avoir en tête que eux (la Commission), ne sont pas forcément spécifiés dans notre domaine de compétence, c'est à dire globalement le secteur de l'audiovisuel, et donc eux ils ont une compétence européenne, et ils vont venir chercher auprès de nous l'information, « qu'est-ce qu'on devrait mettre en place ? De quoi vous avez besoin en France et en Europe ? »

Ainsi, avec un double rôle d'expert, et de représentant au service de l'intérêt du secteur audiovisuel français, le CNC est en capacité d'orienter la direction du programme Europe Créative. Précisons, que les directions générales de la Commission, et notamment la DG Connect, se tournent principalement vers le CNC quand il est question du secteur audiovisuel français. Bien que les membres du CNC ne soient pas les seuls experts à siéger au comité de gestion d'Europe Créative, on peut voir que toutes les demandes sont prises en compte. Parallèlement, si la satisfaction du CNC à l'égard de Media reste dans le domaine de l'hypothèse, on peut, en revanche lire à travers la formulation ci-dessus, que le besoin et l'intérêt du secteur français ne se retrouvent pas dans le développement d'une action de financement qui aurait pour ambition de structurer le marché de l'audiovisuel à l'échelle européenne.

Section 2 : Le rôle strictement économique de Media en France : le résultat de l'activité du CNC

Nous avons parlé de l'ambition du volet Media d'Europe Créative, qui a la volonté de ne pas être limité à un rôle de donneur de financement. Nous avons également vu la manière avec laquelle le CNC est en capacité de faire valoir ses intérêts lors des comités de gestion et dans la négociation à l'origine du programme. Il s'agit maintenant de se pencher sur la mise en œuvre de Media. Car Jean-Louis Quermonne met en avant deux types de dédoublement, après celui qui a lieu au sommet, il y a celui qui se déroule « à la base »¹³⁵. Ce second « *dédoublement fonctionnel* » se différencie du premier dans la mesure où, « *tandis que le développement des compétences concurrentes, qui associe étroitement les gouvernements nationaux à l'élaboration des politiques communes, et les divers modes de coordination des politiques nationales (dédoublement fonctionnel au sommet) [...] on observe au plan de l'exécution, un processus de décentralisation qui confère pratiquement aux*

132 Quermonne, Jean-Louis, « La complexité du partage des compétences et du mode de décision », *L'Union européenne dans le temps longs*, Presses de Science Po, 2008

133 Cardoso, Émilie, Entretien, 2022

134 Duverger, Manon, Entretien, 2022

135 Quermonne, Jean-Louis (2001), *ibidem*. op. cit. p.61

États membres et à leurs administrations un monopole de mise en œuvre (dédoublement fonctionnel à la base) »¹³⁶. Ainsi, selon Jean-Louis Quermonne, il en résulte que l'implantation des politiques européennes en générale, « relève tout entière des administrations des États membres. Ainsi, récupèrent-elles, sous forme de partenariats, une part des attributions qu'elles ont perdues au stade de l'élaboration »¹³⁷. Dans ce sens, les partenariats entre le CNC et Media, ainsi que la tutelle du CNC vis-à-vis du bureau Europe Créative France font écho au « dédoublement fonctionnel à la base » dont nous parle Jean-Louis Quermonne. Mais ce dédoublement et à mettre en perspective avec l'ambivalence de l'objet culturel en lui-même.

Avant toute chose, il faut revenir sur le mode d'action de l'Union Européenne. Nous l'avons déjà évoqué, Media est un Fond structurel européen, et la politique des fonds structurels constitue depuis une trentaine d'années, « l'un des principaux instruments de l'intervention communautaire dans les États de l'union européenne. »¹³⁸. C'est une politique qui s'appuie, depuis le traité de Maastricht, « sur le principe de partenariat dont la mise en œuvre suppose la participation croisée des administrations nationales, régionales et locales à la gestion des crédits européens »¹³⁹. Là où on remarque le « dédoublement fonctionnel à la base » de Jean-Louis Quermonne, c'est dans la quasi-perte de poids de Media dans les partenariats qui le rapproche du CNC. Le cas du dispositif d'Aide au cinéma du monde « Distribution » (ACM distribution), en est l'illustration. En effet, ACM distribution est un dispositif dérivé de l'Aide au Cinéma du Monde (ACM), un fond de coproduction géré par le CNC en partenariat avec l'Institut français. Suite au lancement, en 2015 d'un appel nommé Aide aux Coproductions par Media, dont le nom est aujourd'hui Media 360, le CNC a candidaté à l'appel pour bénéficier d'un soutien financier¹⁴⁰ :

« on avait pas besoin d'étendre cette aide (ACM), et ... on avait pas besoin d'un soutien de MEDIA pour étendre cette aide, mais par contre on a remarqué que, les bénéficiaires de l'Aide au Cinéma du Monde, étaient pas bien distribués en dehors de la France et du coup, on a voulu créer un fond d'aide à la distribution pour ces films là et c'est pour ça qu'on a demandé un soutien de MEDIA et qu'on a créé l'ACM distribution »

Ainsi, le CNC fait, avant tout, appel à Media dans le but de développer sa propre action. On remarque par la même occasion le caractère non essentiel d'une aide financière au CNC, qui appuie la remarque faite par Agnieszka Hollande que nous avons soulignée en introduction, quant au fait que les subventions européennes ne sont pas le besoin premier du CNC. Le CNC fait appel à Media

136 Quermonne, Jean-Louis (2001), *ibidem*. op. cit. p.61

137 Quermonne, Jean-Louis (2001), *ibidem*. op. cit. p.62

138 Nay, Olivier, art. cité p. 409

139 Nay, Olivier, art. cité p. 409

140 Duverger, Manon, Entretien, 2022

dans le but d'étendre son action. C'est d'autant plus le cas que Media finance majoritairement le projet, à hauteur de 80 %, « *donc quasiment l'intégralité, puisque après c'est surtout des frais de fonctionnement* »¹⁴¹, mais ne prend nullement part à la gestion du dispositif, qui est « *entièrement géré par le CNC* »¹⁴². Notons que cette gestion par le CNC d'un dispositif financé majoritairement par Media, fait figure « d'exception », dans la mesure où les autres fonds de coproductions internationales soutenues par Media, sont tous des fonds gérés par des marchés. Le CNC relègue donc Media au statut de simple donneur de subvention. Or nous savons que l'action de Media n'est pas du tout construite dans ce but. Donc nous revenons, malgré notre volonté de la dépasser à l'ambivalence qui structure les politiques culturelles, avec un objet qui oscille entre identité et industrie. Force est de constater ici, que c'est le CNC qui ne prend pas en compte l'aspect identitaire de l'action de Media, et qui limite la subvention de l'Europe à un rôle purement et simplement économique.

Par ailleurs, le « *dédoublage fonctionnel à la base* » s'observe surtout au niveau du statut du bureau Europe Créative France. Bien que chargés principalement des missions d'informations et d'accompagnement, les responsables du volet Media en France sont les responsables de la mise en œuvre du programme sur le territoire national. Ce bureau, aussi appelé « desk », est sous une « double tutelle », à la fois au niveau communautaire, avec la Commission européenne et au niveau français avec le CNC¹⁴³. Mais cette double tutelle a tendance à basculer en faveur du CNC, puisque le bureau Europe Créative en France, ne possède aucun représentant qui va assister au comité de gestion, c'est le CNC, et uniquement le CNC qui va représenter les intérêts du secteur français¹⁴⁴ :

« Donc, nous ont est plutôt en retrait par rapport à ça, c'est pas nos décisions, c'est le CNC. Nous du coup le CNC, on l'abonde, on lui fait remonter les retours d'expériences, des retours sur le programme en faite. »

Bien que cette relation aille dans les deux sens, puisque le CNC peut également solliciter le bureau français d'Europe Créative, pour des informations ou autres renseignements, les membres du CNC, lors de notre entretien, n'en ont pas fait mention. Si il ne s'agit pas pour autant d'un « *monopole de la mise œuvre* », au sens de Jean-Louis Quermonne, le rôle du bureau Europe Créative France reste donc très limité. De plus, il nous faut faire ici mention des remarques de Jean-Pierre Saez, qui souligne l'importance du choix des instruments de l'action et de la pertinence de les étudier : « *même en tenant compte du fait qu'il ne s'agit pas d'outils prédictifs, on peut interpréter l'action publique en fonction du choix des instruments, comme l'administration directe, la régulation, les*

141 Lacoste, Margot, Entretien, 2022

142 Lacoste, Margot, Entretien, 2022

143 Lacoste, Margot, Entretien, 2022

144 Lacoste, Margot, Entretien, 2022

agences sous tutelle, les subventions, l'utilisation des recettes fiscales ect ... »¹⁴⁵. En conséquence, « les orientations de l'action d'un pays peuvent être comprises en analysant les instruments adoptés »¹⁴⁶. La tutelle du bureau Europe Créative France met donc en évidence le primat de la vision du CNC, sur celle des agents responsables de la mise en place de Media, une vision qui relègue Media au rôle de donneur de subvention.

Ainsi, l'ambition de Media, qui est d'être l'une des pierres fondatrices d'une Europe de la culture, ne trouve pas uniquement sa limite dans son faible budget, ou sa dilution au niveau européen dans d'autres secteurs. Le CNC, par son activité, bien qu'il soit l'une des institutions qui financent et qui participent le plus au programme, restreint finalement la capacité de Media à produire une action structurante à l'échelle européenne. Si nous avions nous même l'ambition de dépasser une analyse fondée sur l'ambivalence de la culture, sa spécificité entre finalement toujours en compte lorsqu'il s'agit d'étudier les politiques audiovisuelles. Dans ce sens, la façon dont le CNC se saisit de Media, limite la portée identitaire du programme, et cela se manifeste davantage par la capacité du CNC à orienter l'action de la Commission que d'y résister. Une question se pose alors, une question que Franklin Dehousse présentait comme « inquiétante »¹⁴⁷, et à laquelle nous pouvons apporter notre contribution. Car finalement, est-ce que le fait que les institutions des Etats membres, comme le CNC, ne soient pas impliqués dans la dimension identitaire de l'intervention culturelle de la Commission ne révèle-t-il pas « un déséquilibre croissant dans la construction européenne », et un risque à l'avenir de manque de considération pour des objectifs importants tels que : la préservation du pluralisme, ou même simplement « le maintien d'un haut niveau de qualité »¹⁴⁸ ?

Par ailleurs, le faible budget accordé par la Commission à Media, et la façon dont le CNC se saisit du programme, soulèvent une autre question, à savoir, est-ce vraiment dans les programmes de financement européen qu'il faut chercher les bases de l'Europe de la culture ? La grande majorité de la littérature scientifique traitant des politiques européennes de l'audiovisuel semble apporter une réponse, la plupart s'intéressant en effet à l'activité juridique et réglementaire de la Commission. Penchons nous alors sur l'intérêt que porte le CNC aux directives formulées par le Commission, et à la manière dont il s'en saisit. Car l'actuelle construction d'une Europe de la culture tient finalement plus dans la mise en place d'un cadre légale, que dans le développement de financement en provenance de la Commission.

145 Saez, Jean-Pierre, *obidem*.opsit p. 122

146 Saez, Jean-Pierre, *obidem*.opsit p. 122

147 Dehousse, Franklin, *art.cité* p.38

148 Dehousse, Franklin, *art.cité* p.39

DEUXIÈME PARTIE : LE CADRE LÉGAL POUR LES ŒUVRES EUROPÉENNES, LA DIRECTION PRINCIPALE DE LA COMMISSION ET DU CNC

La distinction entre œuvre européenne et valeur ajoutée européenne a été précédemment mise en avant. La valeur ajoutée européenne, est le premier critère d'attribution de Media et d'Europe Créative en général. Un critère qui souligne l'ambition identitaire de l'action du programme. Mais un critère qui, nous l'avons vu, n'a que très peu d'effet sur la façon dont le CNC saisit le programme Media. Le CNC se focalise davantage sur « l'internationalisation des œuvres » et donc sur le statut de l'œuvre européenne. Bien que fortement liées, ces deux notions conservent une marge de différence que l'on pourrait définir comme un degré d'europanisation de l'œuvre en question. Pour aller plus loin, précisons ce qu'est une œuvre européenne. Au sens audiovisuel du terme, il s'agit d'abord d'une œuvre en provenance des États membres, mais pas uniquement, puisque c'est aussi une œuvre produite par les pays ayant signé la directive européenne sur la télévision transfrontalière du Conseil de l'Europe. En ce sens, cette convention, datant du 5 mars 1989, établit un cadre juridique pour la programmation audiovisuel. Là encore, comme pour le programme Europe Créative l'intervention de l'Europe se fait dans le respect de « l'exception culturelle »¹⁴⁹, puisque ce cadre ne saurait faire l'objet « *d'une réglementation analogue à celle concernant les autres biens et services, qui doivent relever d'une approche spécifique, en incluant notamment leur aspect culturel.* »¹⁵⁰. Dès lors, « *la convention se veut comme un ensemble de règles communes destinées à assurer le développement harmonieux des services de programmes de télévision transfrontière. Elle pose les principes de garantie de réception et de non-restriction de la retransmission des services conformes à ces règles communes.* »¹⁵¹. L'œuvre européenne est donc davantage le résultat de réglementation de l'UE. Une réglementation qui s'avère autant au cœur des études portant sur l'audiovisuel, qu'au centre des débats et des actions du CNC quand il s'agit de la Commission (chapitre 1). Une place primordiale donc, davantage liée à la vision qu'ont les acteurs de la construction d'une Europe de la Culture, qui doit servir en premier lieu la protection des œuvres européennes (Chapitre 2).

149 Calligaro, Oriane arte.cité p. 48

150 [Projet de loi relatif à la convention européenne sur la télévision transfrontière \(senat.fr\)](#)

151 [Projet de loi relatif à la convention européenne sur la télévision transfrontière \(senat.fr\)](#)

CHAPITRE 1 : LE DIALOGUE ENTRE LE CNC ET LA COMMISSION : UN ÉCHANGE ESSENTIELLEMENT JURIDIQUE

Une grande majorité des ouvrages et des articles qui abordent la question des politiques européennes de l'audiovisuel s'interroge d'abord et surtout sur le cadre légal¹⁵². Si nous devons en faire de même c'est que les analyses portant sur le rôle des programmes de financements européens se font bien plus rare, et à raison, puisque comme nous l'avons vu dans notre première partie, le poids du volet Media d'Europe Créative est bien moindre. Néanmoins, la faiblesse du programme de la Commission s'explique aussi par la priorité accordée à la mise en place d'un cadre légal à l'échelle européenne. Nous en voulons pour preuve la centralité de la réglementation et des actions légales de la Commission dans les débats organisés par le CNC (Section 1). Mais cette centralité provient également de la perception qu'on les agents du CNC du rôle de la Commission dans la mise en place d'une Europe de l'audiovisuel (Section 2).

Section 1 : La primauté du cadre légal dans les échanges du CNC et de la Commission

La centralité de la réglementation et de la mise en place d'un cadre légal sont liées à la fonction historique de l'Union européenne fondée sur la mise en œuvre d'une concurrence loyale à l'échelle de l'Europe. Dans le cas des produits audiovisuels, et culturels plus généralement, ce principe de concurrence s'applique différemment. Bien que « *le droit économique international repose sur une vision marchande du secteur culturel* »¹⁵³, les dispositions instaurées par la Commission prennent en compte le caractère ambivalent de la culture. En effet, la réglementation européenne en matière de culture se fait principalement sur la base de directives. C'est le cas de la directive Télévision sans frontières que nous avons abordé précédemment, qui ne traite pas les marchandises audiovisuelles à la manière des autres. Dans ce sens il faut d'abord revenir brièvement sur l'évolution de cette directive, car aujourd'hui elle a pris le nom de « directive sur les services de médias audiovisuels » (SMA). Ce changement de nom, qui a eu lieu en 2007, lors du traité de Lisbonne, a également fait évoluer les prérogatives de la directive. Réactualisée en 2018, la directive SMA « *fixe un cadre législatif d'ensemble* »¹⁵⁴ au secteur audiovisuel européen. Ce projet de loi, « *relatif à la communication audiovisuelle et à la souveraineté culturelle à l'ère du*

152 C'est la cas de Franklin Dehousse (1996) et Antonios Vlassis (2017)

153 Romainville, Céline, art.cité p.142

154 Maistre, Roch-Olivier, Table ronde « Appliquer la directive SMA : bilan d'étape et perspectives », Colloque du CNC sur « l'indépendance au service de la création », 2021

numérique »¹⁵⁵, permet notamment à chaque État membre de l'UE « d'appliquer son régime de contribution à la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles au service de télévisions et de médias audiovisuels à la demande relevant de la compétence d'un autre État membre qui vise son territoire »¹⁵⁶. Sa transposition par l'État français en 2020, assure « la pérennité du système français de financement de la production, et notamment de la production indépendante », elle garantit également « l'équité entre diffuseurs français et plateformes mondiales »¹⁵⁷. Cette directive suit donc la ligne directrice des politiques européennes de la culture dont l'objectif, pareillement que Media, est avant tout de « contribuer à l'épanouissement des cultures des États membres dans le respect de leur diversité nationale et régionale »¹⁵⁸. De cette manière, elle affirme la « compatibilité du principe des aides d'État en faveur de la promotion de la culture avec le droit européen. »¹⁵⁹

Cependant, bien que cette directive soit au final l'illustration du pouvoir limité de l'Union européenne en matière culturelle¹⁶⁰, du fait de son unique rôle d'appui aux États membres, et de sa faible transposition au niveau de ces derniers¹⁶¹, sachant que le CNC et le ministère de la culture française sont les institutions qui ont le plus activement participé à la mise en place de ce dispositif, elle reste l'élément centrale des débats qui entourent l'action européenne pour l'audiovisuel, au détriment des programmes européens. En France, la transposition de la directive s'est faite par le biais du décret pour les « services de médias audiovisuels à la demande » (SMAD). L'essentiel des « tables rondes » organisées par le CNC, sur les thèmes des politiques européennes de l'audiovisuel, portent en effet sur la mise en place d'un cadre légal à l'échelle européenne. En ce sens, les sujets qui reviennent toujours sont la « circulation des œuvres européennes » et la « coproduction », des sujets similaires aux objectifs de Media. Seulement ici, c'est à partir du registre légale qu'ils sont traités. Ainsi, Marc de Pontavive, directeur générale de Xilam, studio français majeur dans le secteur de l'animation, précise que la circulation des œuvres européennes passe par « le contrôle de la distribution des œuvres »¹⁶². De même, lors d'une autre table ronde Bruno Patino, président d'Arte rappelle « la nécessité de la définition du cadre »¹⁶³, tout comme Daniela Elstner qui rappelle que « on n'a pas encore ce cadre autour qui permettrait d'être sûr de

155 [Ordonnance 21 décembre 2020 directive SMA services médias audiovisuels | vie-publique.fr](#)

156 [Ordonnance 21 décembre 2020 directive SMA services médias audiovisuels | vie-publique.fr](#)

157 [Ordonnance 21 décembre 2020 directive SMA services médias audiovisuels | vie-publique.fr](#)

158 Autissier, Anne-Marie, art.cité p. 191

159 Romainville Céline, art.cité p.143

160 Bonnamy, Céleste p. 79

161 7 pays membres sur 14 n'ont pas encore transposé la directive - Table ronde « Appliquer la directive SMA : bilan d'étape et perspectives », Colloque du CNC sur « l'indépendance au service de la création », 2021

162 De Pontavive, Marc, Table ronde « Appliquer la directive SMA : bilan d'étape et perspectives », Colloque du CNC sur « l'indépendance au service de la création », 2021

163 Patino, Bruno, Table ronde « L'œuvre européenne au service de l'imaginaire européen », Colloque du CNC sur « l'indépendance au service de la création », 2021

garder ces droits »¹⁶⁴, ce qui souligne également les faibles compétences légales de l'UE en matière audiovisuelle, et l'incapacité de cette dernière à établir ce cadre légal qui est au centre des demandes. C'est donc avant tout une intervention légale de l'UE qui est demandé, quelque peu au détriment des programmes de financements. Mais cette demande prend ses racines dans une conception spécifique de l'action européenne pour l'audiovisuel. Cette conception c'est celle d'une Europe de la Culture qui protège les États membres de la globalisation. Comme le souligne très bien Antonios Vlassis, et Franklin Dehousse, dans leurs études respectives, c'est la globalisation qui est au centre des préoccupations des États membres quand ces derniers font appel à la Commission en matière d'audiovisuel. Cette idée est parfaitement résumée à travers l'intervention de Daniela Elstner, directrice générale d'UniFrance : « *il faut un cadre légal parce que c'est ça qui nous protège aujourd'hui en tant qu'européen* »¹⁶⁵. Si le CNC accorde un place primordiale au cadre légal dans ses échanges avec la Commission c'est donc avant tout parce l'objectif premier est la protection des œuvres européennes, et c'est un aspect sur lequel le CNC a besoin de la Commission.

De cette manière, si nous avons évoqué la non nécessité du CNC par rapport au financement de Media, il n'en est pas de même concernant la mise en place d'un cadre légal, notamment parce que dans ce cas précis le CNC a besoin de la Commission. Cette aspect de l'intérêt du CNC fait un lien direct avec le principe de subsidiarité auquel la Commission est strictement subordonné en matière d'intervention culturelle¹⁶⁶. Ce principe de subsidiarité vise, selon Jean-Louis Quermonne, « *à limiter les interventions de la communauté en dehors des domaines qui relèvent de sa compétence exclusive* »¹⁶⁷. Ce qui pousse les États membres à saisir la Commission uniquement dans la mesure où « *les objectifs de l'action envisagée ne peuvent pas être réalisés de manière suffisante par les États membres eux-mêmes* »¹⁶⁸. L'intérêt du CNC se trouverait donc davantage dans la mise en place d'un cadre légal que dans la fabrique d'un financement européen à porté identitaire. Cependant il convient de rappeler que si c'est le cas, et nous ne sommes pas en mesure de l'affirmer, car nous ne soulignons que des similitudes pratiques qui théoriquement pourraient être reliées, le CNC reste l'un des principaux pourvoyeurs de fonds pour Media. Donc si le CNC porte moins d'intérêt à la dimension identitaire de l'action européenne, il

164 Elstner, Daniela, Table ronde « L'œuvre européenne au service de l'imaginaire européen », Colloque du CNC sur « l'indépendance au service de la création », 2021

165 Elstner, Daniela, Table ronde « L'œuvre européenne au service de l'imaginaire européen », Colloque du CNC sur « l'indépendance au service de la création », 2021

166 Calligaro, Oriane arte.cité p. 48

167 Quermonne, Jean-Louis, art.cité p. 141

168 Quermonne, Jean-Louis, art.cité p. 143

demeure de fait « *qu'il n'a pas d'équivalent en Europe* »¹⁶⁹ au niveau de la mise en place de la directive SMA et de la participation au programme de financement de l'UE.

Une particularité d'autant plus intéressante que le CNC, en tant que matérialisation de « l'exception culturelle française », est un modèle, sur de nombreux points, pour les politiques européennes de l'audiovisuel. Pour les outils du volet Media notamment¹⁷⁰ :

« Il (le cluster « business ») comprend les soutiens pour les distributeurs de films et les vendeurs internationaux, qui est un des soutiens, on va dire historique de MEDIA, qui permet à la circulation de films européens non nationaux, à l'intérieur de l'Europe, puisque en faite c'est un dispositif qui a, qui est un peu calqué sur le fond de soutien du CNC »

Mais surtout, de manière plus globale, le rapprochement est souvent fait par les acteurs du secteur, et notamment par Delphine Ernotte, présidente de l'Union européenne de radio-télévision, entre l'exception culturelle française et la construction européenne. On parle alors d'une interprétation de ce modèle français au niveau européen, c'est à dire « *ni totalement loi du Marché, ni totalement guidée par une directive purement nationale* »¹⁷¹. En ce sens, pour défendre les œuvres françaises c'est une exception culturelle européenne qui est demandé : « *la directive SMA c'est une réglementation européenne, certes notre réglementation a pour but de protéger les auteurs français, les créateurs français mais c'est aussi une réglementation européenne qui a pour but de défendre également une exception culturelle européenne* »¹⁷². Notons cependant le caractère « trompeur » de cette appellation qui fait bien souvent l'objet « *d'interprétation* »¹⁷³

Ainsi, si la directive SMA est au centre des études consacrées aux politiques européennes de l'audiovisuel, au détriment du programme de financement Media, c'est parce qu'elle constitue l'intérêt premier des États membres par rapport à la globalisation. Le poids de Media n'est pas suffisant pour faire face à cette globalisation. Pourtant, le financement à l'échelle de l'Europe, dans une perspective de mondialisation, n'a jamais été négligé par le CNC, au contraire même puisque si « *depuis 20 ans, l'Union Européenne a constamment exclu l'audiovisuel des négociations commerciales, ce qui est menacé, c'est la capacité de faire évoluer les dispositifs de soutien* »¹⁷⁴. Ainsi, bien que le côté financement au niveau européen soit perçu comme un manque, les débats

169 Mouttalib, Karim, Table ronde « Appliquer la directive SMA : bilan d'étape et perspectives », Colloque du CNC sur « l'indépendance au service de la création », 2021

170 Lacoste, Margot, Entretien, 2022

171 Ernotte, Delphine, Table ronde « Appliquer la directive SMA : bilan d'étape et perspectives », Colloque du CNC sur « l'indépendance au service de la création », 2021

172 Maistre, Roch-Olivier, Table ronde « Appliquer la directive SMA : bilan d'étape et perspectives », Colloque du CNC sur « l'indépendance au service de la création », 2021

173 Dehousse, Franklin, art.cité p.39

174 Boutonnat, Dominique, Remarques Conclusives du Président du CNC, Colloque du CNC sur « l'indépendance au service de la création », 2021

demeurent largement centrés sur la question réglementaire, puisque l'aspect réglementaire de l'action de l'UE a finalement, pour le moment, bien plus de poids que le financement, dans la globalisation du marché de l'audiovisuel.

Section 2 : Une relation de coopération intergouvernementale entre le CNC et la Commission

Néanmoins, si le CNC se tourne d'abord vers la Commission pour des questions de régulation c'est aussi parce que le rôle premier assigné à celle-ci est davantage celui de la réglementation que celui du financement. En effet, les agents du CNC s'adressent principalement à la Commission en terme de « lignes directrices », qu'ils reportent ensuite « *à leur niveau nationale et régionale, assortis d'un examen périodique au plan européen des résultats, fondé sur une évaluation* » qui leur permet d'en tirer des enseignements¹⁷⁵. En ce sens, le CNC doit effectivement se référer, en vertu des articles 107 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne, à la Commission pour toutes les modifications qu'il voudrait mettre en place au niveau des politiques audiovisuelles françaises qui pourraient avoir un « *impact potentiel sur le marché commun, ce qui est presque toujours le cas en matière de cinéma et d'images animée* »¹⁷⁶. De même, pour ce qui est de la directive SMA, l'une des tables rondes du CNC est entièrement dédié à son bilan et à ses perspectives d'avenir¹⁷⁷. Concernant Media, nous avons pu voir, grâce notamment au comité gestion, que c'est ce même schéma qui s'applique, à savoir, mise en place d'une ligne directrice, qu'on reporte ensuite au niveau national, puis qu'on évalue pour en tirer des enseignements afin de modifier la ligne directrice. Bien que le bureau Europe Créative France soit compris dans ce fonctionnement, nous avons pu voir que le CNC en fait rarement référence. Cependant ce schéma, qui articule, comme nous venons de le voir, les politiques européennes de l'audiovisuel, correspond au fonctionnement d'une coopération internationale¹⁷⁸. Or « *la méthode communautaire de l'Union* » cherche à dépasser la « *stricte coopération intergouvernementale* »¹⁷⁹, nous pouvons donc constater que ce n'est pas encore le cas en matière audiovisuel.

La coopération qui a lieu entre le CNC et la Commission, au niveau du secteur audiovisuel, et le rôle essentiellement réglementaire de la Commission, raisonnent d'autant plus fort que

175 Quermonne, Jean-Louis, art.cité p. 141

176 Rapport d'activité du CNC (2013), 2014, [d2171b2a-6b59-235f-6c85-2a847e266bfl \(cnc.fr\)](https://www.cnc.fr/rapport-activite-2013-2014)

177 Table ronde « Appliquer la directive SMA : bilan d'étape et perspectives », Colloque du CNC sur « l'indépendance au service de la création », 2021

178 Quermonne, Jean-Louis, art.cité p. 145

179 Quermonne, Jean-Louis, art.cité p. 145

l'échange, entre les membres du CNC, et ceux des institutions européennes en charges de Media, est strictement juridique. C'est en effet uniquement la direction des affaires juridiques et financières du CNC qui s'occupe des questions relatives aux politiques de l'Union européenne, car l'action du CNC en Europe se divise en deux types de relations ; les relations au « niveau globale »¹⁸⁰ c'est à dire toutes celles qui concernent la Commission, et les relations dites « bilatérales », qui elle sont sous la charge de la direction des affaires étrangères et européennes. Il s'agit donc des deux faces de l'activité du CNC à l'échelle européenne, l'une étant « juridique » l'autre étant plus « diplomatique »¹⁸¹. La face « diplomatique » du CNC est davantage mobilisé dans le cadre des accords « bilatéraux »¹⁸² :

« En faite on négocie les accords avec chaque pays, donc les conditions de coproduction. On a aussi des fonds bilatéraux, et donc pareil, c'est négocier directement avec l'homologue étranger. Donc par exemple en Allemagne c'est la FFA, et on a plusieurs fonds, on a la « mini-traité Franco-Allemand » qui est un accord intergouvernemental, on a aussi, le fond de co-développement pour les séries. Donc voilà on a essayé de mettre plusieurs chose en place pour soutenir les coproductions transfrontalières. »

Ainsi, de son côté, le CNC travail également à la mise en place de coproductions. Des coproductions qui ne se font pas dans le cadre de l'Union européenne. De cette façon, l'activité du CNC en Europe est très loin de se limiter à Media¹⁸³, mais aussi est surtout de se limiter à la Commission Européenne.

Ainsi, une grande partie du travail du CNC au niveau européen n'implique que le rôle réglementaire de l'Union. Le cas de l'association des directions d'agences cinématographiques européennes (EFADs) l'illustre tout particulièrement. Les EFADs, en tant qu'association européenne, remplit une mission de représentation des CNC européens devant la Commission. Elle traite généralement des « sujets plutôt politiques et stratégiques »¹⁸⁴ concernant les CNC, et notamment la « circulation des œuvres » au niveau européen¹⁸⁵ :

180 Cardoso, Émilie, Entretien, 2022

181 Duvreger, Manon, Entretien, 2022

182 Duvreger, Manon, Entretien, 2022

183 Lacoste, Margot, Entretien, 2022

184 Cardoso, Émilie, Entretien, 2022

185 Cardoso, Émilie, Entretien, 2022

« A la rigueur, de n'importe quelle instance. On peut autant répondre à des consultations de la commission européenne sur des sujets, via les EFAD, qui nous permet ... Ça agit en quelque sorte comme une sorte de lobby au finale et on peut également faire des actions communes au niveau européen sans pour autant que ce soit dans le cadre de la demande d'une institution ou autre ... C'est vraiment une association représentative en faite. »

Ainsi, l'association des EFADs dépasse même le cadre de la Commission européenne. De ce fait, Media est loin d'être l'unique acteur qui soit concerné par le structuration du marché, puisque de son côté, et hors du cadre de la Commission, le CNC travaille à la « coproduction » et à « la circulation des œuvres » à l'internationale. Cependant, l'association n'est pas en concurrence avec Media, au contraire même, elle milite pour une augmentation du programmes de financement européen pour l'audiovisuel. Néanmoins, cette demande reste souvent sous-jacente à une demande plus réglementaire¹⁸⁶.

De manière plus générale, nous avons donc pu voir, que pour l'instant, l'action du CNC en Europe, que ce soit avec le Commission ou dans le cadre des EFADs, ne vise pas à dépasser la stricte coopération gouvernementale.

La question se pose alors, est-ce que le fait que l'action européenne du CNC soit limité à la coopération fait défaut à la mise en place d'un programme de financement pour l'audiovisuel plus performant ? Car l'objectif est clair, au travers des débats organisés par le CNC, des échanges avec la Commission, le CNC se saisit principalement de la Commission dans le but de façonner un cadre légale visant à protéger les œuvres européennes. Si Media n'est pas négliger pour autant, il est davantage relégué au second rang, du fait de son incapacité actuelle à faire face à la globalisation. Pourtant, nous l'avons fait remarqué, avec les demandes des EFADs ou encore par les paroles de l'ancien président du CNC, bien que le CNC ait tendance à se focaliser sur l'aspect réglementairement il n'ignore pas la nécessité du financement. Car le financement est aussi une nécessité pour faire face à la globalisation, Agnieszka Holland le rappelle « *on garde le contrôle quand on finance et pas seulement quand on établit des lois de protection* »¹⁸⁷. A ce niveau, comme l'énonce Jean-Pierre Saez, « *les institutions européennes ont élargies de leurs côtés leurs capacités d'intervention (SMA – Europe Créative), toutefois il manque encore un souffle pour dynamiser les partenariats européens* »¹⁸⁸.

186 Lettre des EFAD aux commissaires, 2012, [36cc4bb5-de7b-7fb6-3c98-c63dc278cb9a \(cnc.fr\)](https://cnc.fr/medias/36cc4bb5-de7b-7fb6-3c98-c63dc278cb9a)

187 Holland, Agnieszka, Table ronde « L'œuvre européenne au service de l'imaginaire européen », Colloque du CNC sur « l'indépendance au service de la création », 2021

188 Saez, Jean-Pierre, opidem.opsis p. 121

CHAPITRE 2 : FAIRE FACE À LA GLOBALISATION : UN SECOND SOUFFLE POUR LE FINANCEMENT EUROPÉEN ?

Le primat donné par le CNC au cadre légale témoigne du fait que la globalisation est au centre de la question européenne. La régulation est en effet privilégiée, au détriment du financement, parce qu'elle est considérée comme plus efficace dans la protection des œuvres européennes. C'est en tous cas ce qu'affirme Odile Limpach, quo-fondatrice de SpielFabrique, entreprise dédiée au lancement de start-up dans le milieu du jeu vidéo, en répondant à la question , « comment être fort en Europe ? Par la régulation »¹⁸⁹. Une question qui s'avère au finale aussi intéressante que la réponse, car elle illustre l'évolution de la pensée des acteurs de l'audiovisuel européen. En ce sens, on parle de plus en plus de « renforcement » de la production et de la diffusion audiovisuel, et si ce « renforcement » inclus la protection des œuvres il prend également en compte les moyens de financement à leurs apporter. Néanmoins, il nous faut d'abord préciser de qui l'Europe se protège ? Car si nous parlons d'Europe à présent c'est que le CNC compte en partie sur l'Europe pour assurer cette protection face à la concurrence mondiale (Section 1). Une concurrence mondiale qui met en évidence le terrain principale sur lequel se joue les enjeux de globalisation du secteur audiovisuel : le numérique (Section 2).

Section 1 : Les États-Unis, la menace et la raison d'être de l'Europe de la Culture

La concurrence mondiale sur le secteur de l'audiovisuel implique la nécessité d'être compétitif. Cette compétitivité, bien qu'elle fasse partie des ambitions de Media, n'est pas assurée par le programme de la Commission puisque bien trop minime économiquement parlant. Car la compétition est rude, c'est des « milliards »¹⁹⁰ qui sont investies par les concurrents des industries audiovisuelles européennes. Des concurrents exclusivement « extra-européenn ». En effet, au niveau de la concurrence, il n'est jamais question d'une concurrence intra-européenne, au contraire même cette concurrence est le point de ralliement de tous les États membres. C'est notamment à ce titre que le CNC est beaucoup investi auprès de la Commission. En ce sens, une grande partie de l'action du CNC dans la réglementation et le financement à l'échelle européenne est motivé par

189 Limpach, Odile, Table ronde « Comment protéger les actifs culturels stratégiques ? », Colloque du CNC sur « l'indépendance au service de la création », 2021

190 Mitric, Petar, Table ronde « Comment protéger les actifs culturels stratégiques ? », Colloque du CNC sur « l'indépendance au service de la création », 2021

l'objectif de faire face à deux aspects de la globalisation : la hausse des *rachats* des entreprises audiovisuelles et le souci de la diversité dans les *catalogues*. Car, ce n'est pas nouveau, le secteur de l'audiovisuel a un besoin croissant de capitaux, et cette nature « engendre des risques de prises de contrôle »¹⁹¹ (Hernard, 2021).

Ces deux aspects de la globalisation du secteur de l'audiovisuel présente en effet un « danger »¹⁹² autant pour le CNC que pour le Commission. Mais ce point de ralliement va plus loin, puisque les deux institutions s'accordent sur la nationalité de ce « danger ». Ainsi, que ce soit chez les membres du CNC¹⁹³ :

« C'est à dire comment on peut protéger nos entreprises, nos catalogues de films, de rachat par des entreprises extra-européennes, notamment américaine et chinoise, pour pas les nommer »

Mais aussi chez les agents du volet Media d'Europe Créative¹⁹⁴ :

« c'est quand même ça la vie du secteur (les productions indépendantes), mais du coup qui est quand même très mis à mal par des grands groupes qui ont vocation à racheté concentré de plus en plus le secteur, des acteurs, enfin les plateformes américaines qui viennent complètement déséquilibrer des systèmes de financement »

C'est donc dans l'optique de faire face principalement à l'expansion des industries audiovisuelles américaines et chinoises, que le CNC et les membres des programmes de financement européens trouvent un point de ralliement. Un point de ralliement, qui, comme nous l'avons précédemment souligné, se fait à partir du consensus autour de la mise en place d'un cadre légale. Cependant, si il y a là un commun accord, il est loin d'être totalement réalisé, et ceux, en partie à cause des propres lois de l'UE. En effet comme en donne l'exemple Olivier Hernard, directeur général délégué du CNC, « la liberté de circulation des capitaux dans le droit de l'Union a cette particularité de pouvoir être invoqué par les pays tiers à l'Union, à l'intérieur du marché européen au même titre que les opérateurs des États membres », ainsi selon lui, « une entreprise chinoise ou une entreprise américaine peut invoquer la libre circulation des capitaux à l'intérieur de l'UE »¹⁹⁵. Dans ce sens, l'Union est elle aussi un moteur et un frein à la mise en place de ce cadre de protection légal européen. Car, dans le cas évoqué ci-dessus, le droit européen limite la capacité des États membres,

191 Hernard, Olivier, Table ronde « Comment protéger les actifs culturels stratégiques ? », Colloque du CNC sur « l'indépendance au service de la création », 2021

192 Rogard, Pascal, Table ronde « Comment protéger les actifs culturels stratégiques ? », Colloque du CNC sur « l'indépendance au service de la création », 2021

193 Cardoso, Émilie, Entretien, 2022

194 Lacoste, Margot, Entretien, 2022

195 Hernard, Olivier, Table ronde « Comment protéger les actifs culturels stratégiques ? », Colloque du CNC sur « l'indépendance au service de la création », 2021

en l'occurrence du CNC français, à établir des mécanismes de protection, même nationales. C'est donc davantage dans le registre des actions légales que l'on retrouve les résistances des États membres dont parle Antonios Vlassis¹⁹⁶, des résistances qui sont davantage liées à la politique globale de l'UE plutôt qu'à son intervention en matière culturelle.

Par ailleurs, c'est en partie dans la lutte contre les rachats d'entreprises audiovisuelles françaises et européennes, que les programmes de financement peuvent trouver un second souffle. Car, pour qu'une entreprise n'aille pas jusqu'au rachat, il est nécessaire que cette dernière soit suffisamment aidé pour être en « bonne santé »¹⁹⁷. A ce titre, un programme dérivé de Media, nommé Media Invest, est en cours de programmation, il vise précisément à apporter un soutien aux entreprises audiovisuelles européennes¹⁹⁸ :

« d'où la nécessité peut-être de renforcer les entreprises audiovisuel au niveau financier et donc du coup c'est un peu dans cette idée là, qu'à été lancé, cette idée de proposer un plan d'investissement spécifique MEDIA Invest. Donc du coup plutôt sur des questions, on va dire financières et de renforcer des acteurs audiovisuels européens à travers ces fonds d'investissement là. Donc qu'il soit vraiment complémentaire de MEDIA qui lui va financer des projets qui peuvent être, plus directement sur des films et des actions, et là on joue vraiment sur des structures, donc voilà on veille à ça mais pour l'instant c'est pas quelque chose qui a encore été lancé. »

On retrouve alors cette idée du renforcement du secteur européen qui passe nécessairement par le financement à l'échelle européenne. Néanmoins, il nous faut souligner l'une des précisions apportées par Olivier Hernard, qui indique que ce n'est pas parce qu'une entreprise est en « bonne santé » qu'elle ne risque par le rachat. Le cas du rachat de la société Blizzard Entertainment par Microsoft en est l'illustration. D'où peut-être le besoin d'un financement qui ne soit pas simplement un don de subvention mais un véritable marqueur d'une identité européenne pour limiter les rachats par des entreprises extra-européennes.

Toutefois, cette focalisation sur la concurrence extra-européenne a tendance à marginaliser la circulation intra-européenne des programmes¹⁹⁹. Circulation européennes qui est au cœur de l'action de Media. Donc, si d'un côté l'élan de renforcement de la création européenne face à la globalisation du marché entraîne une revalorisation des programmes financements, de l'autre côté la centralité de la globalisation met quelque peu Media à l'écart étant donné, qu'actuellement son rôle est davantage la structuration du marché intérieur européen.

196 Vlassis, Antonios, art.cité

197 Dumas, Sidonie, Table ronde « Comment protéger les actifs culturels stratégiques ? », Colloque du CNC sur « l'indépendance au service de la création », 2021

198 Lacoste, Margot, Entretien, 2022

199 Dehousse, Franklin, art.cité p.40

Par ailleurs, lors de ces tables rondes organisés par le CNC, sur le thème des politique européenne de l'audiovisuel, les participants ont chaque fois souligné que ces défis, c'est à dire la rachat et les catalogues, sont à traités « maintenant »²⁰⁰, car l'Europe a accumulé du retard dans se secteur audiovisuel que ce soit dans la mise en place d'un cadre de protection ou au niveau des programmes de financement²⁰¹. De plus, ces « *faiblesses présentent un caractère cumulatif, le retard européen dans le secteur risque d'accroître à terme la puissance des producteurs américains, et cette supériorité américaine en matière de programme tend à faciliter l'adoption des normes techniques américaines* »²⁰².

Néanmoins, bien que le modèle économique des industries américaine soit la principale concurrence direct au secteur européen de l'audiovisuel, l'objectif des acteurs du vieux continent ne cherche pas à adopter un modèle similaire. Si le modèle étasunien inspire dans son expansion, l'Europe souhaite s'y prendre autrement, en mettant la création indépendante au centre de leur modèle. L'indépendance est en effet au cœur du colloque organisé par le CNC sur lequel nous nous appuyons²⁰³, elle est définie par Dominique Boutonnat, président du CNC comme, une création dont la détention des droits de propriété intellectuelle est celle des producteurs et des diffuseurs européens.

Concernant, les « catalogues » le poids des industries étasuniennes est encore plus fort. Ils sont à rapprocher de deux enjeux spécifiques, à savoir, la question de la « diversité » du catalogue, c'est à dire la présence de divers productions de nationalité étrangère à celle de la plateforme, et la question de la propriété des œuvres²⁰⁴. En ce sens, si la transposition de la directive SMA en France, par le biais du décret SMAD, impose un quotas de diffusion de production française au plateforme américaine²⁰⁵, elle n'est pas suffisante pour garantir la propriété des œuvres²⁰⁶. Le « droit d'auteurs » est en effet l'un des enjeux principaux de l'implantation des plateformes en Europe, mais aussi de la digitalisation du marché, du fait que les « *actifs culturels* » ne sont plus matérialisés²⁰⁷. Les actifs culturels sont définis par Olivier Hernard comme les créations, mais aussi une grande partie de ce qui vient avant et après, autrement dit, dans le cas des films, c'est la production et la diffusion. Toujours dans le cas des films, il est plus facile de veiller une propriété matériel comme la bobine,

200 De Pontavive, Table ronde « Appliquer la directive SMA : bilan d'étape et perspectives », Colloque du CNC sur « l'indépendance au service de la création », 2021

201 Dehousse, Franklin, art.cité p.41

202 Dehousse, Franklin, art.cité p.41

203 C'est même son titre, Colloque du CNC sur « l'indépendance au service de la création », 2021

204 De Pontavive, Table ronde « Appliquer la directive SMA : bilan d'étape et perspectives », Colloque du CNC sur « l'indépendance au service de la création », 2021

205 Vulser, Nicole, « *Quotas d'œuvres françaises et chronologie des médias* », Le Monde, 2021

206 De Pontavive, Table ronde « Appliquer la directive SMA : bilan d'étape et perspectives », Colloque du CNC sur « l'indépendance au service de la création », 2021

207 Hernard, Olivier, Table ronde « Comment protéger les actifs culturels stratégiques ? », Colloque du CNC sur « l'indépendance au service de la création », 2021

qu'immatériel avec les œuvres désormais de plus en plus numériques. Ainsi, cette globalisation du secteur s'accompagne d'une digitalisation du marché qui le rend extrêmement complexe à structurer.

Section 2 : La transformation numérique au service du financement de l'audiovisuel ?

« *Puisque nous sommes sous présidence française de l'Union européenne, je pense que c'est important de le dire quand même, pour saluer les initiatives européennes de ces dernières années dans le champ de la culture, ça n'a pas toujours été le cas* », remarquait Olivier Maistre, lors de l'une des tables rondes du CNC consacré au bilan de la directive SMA. Car si la France, par l'intermédiaire du CNC compte « *accentuer* »²⁰⁸ le travail pour l'audiovisuel à l'échelle européenne au cours de sa présidence, celles qui l'ont précédé, c'est à dire la présidence portugaise et slovénienne, avaient déjà entamé ce travail. Le CNC s'inscrit donc dans la continuité d'un approfondissement des politiques européennes pour l'audiovisuel. Reste à savoir comment se travail se matérialise. Nous l'avons évoqué précédemment, la globalisation est l'un des facteurs approfondissement de cette politique, si c'est davantage par la protection que cette question est abordé, le besoin de compétitivité pousse les États membres à adopter une démarche plus offensive.

Mais cette globalisation s'accompagne de la digitalisation du marché, notamment au travers du succès des plateformes américaines, et cette digitalisation constitue le second facteur d'une revalorisation des financements. En effet, une partie importante de la démarche « offensive » sur laquelle le CNC et la Commission cherche à s'investir repose sur le soutien à l'innovation. En ce sens, l'action du CNC et celle de la Commission appliquent les préconisations de Franklin Dehousse qui affirmait, en 2016, que « *dans un domaine où la pression du progrès technologique est considérable, l'Europe aurait bien davantage besoin d'une stratégie offensive à long terme que d'une tactique défensive* »²⁰⁹. Un soutien à l'innovation qui est une part essentielle du financement de Media, nous l'avons dit (Innovation business). Mais ce type de soutien est surtout à venir, et il passera par la mise en place du « plan d'action pour les médias et l'audiovisuel » (MAAP), à l'initiative de la DG connect et du commissaire européen Thierry Breton. Ce plan d'action vise à accompagner le secteur dans toute sa transformation et notamment en s'occupant de la « *santé financière des entreprises du secteur afin qu'elle puisse conservé leur autonomie* »²¹⁰, via Media

208 Boutonnat, Dominique, Remarques conclusives, Colloque du CNC sur « l'indépendance au service de la création », 2021

209 Dehousse, Franklin, art.cité p.54

210 Breton, Thierry, intervention de Thierry Breton Commissaire Européen, Colloque du CNC sur « l'indépendance au service de la création », 2021

Invest, un dispositif que nous avons déjà présenté. Cependant, le MAAP, dépasse la cadre du volet Media du programme Europe Créative, puisqu'il dépasse le cadre de la seule créativité audiovisuelle qui correspond au domaine d'action de Media.

Par ailleurs, le MAAP, remplit également une fonction réglementaire. En effet, par l'intermédiaire de la DG connect, la Commission entend sanctionner les États membres qui n'ont pas encore transposé la directive SMA, ce qui n'est pas le cas de la France. Autre directive sur laquelle s'active la Commission, c'est la directive européenne sur le droit d'auteur dans le marché numérique. Cette dernière « vise à poursuivre l'harmonisation du droit de l'Union dans le cadre du marché intérieur; en tenant compte, en particulier, des utilisations numériques et transfrontalières des contenus protégés »²¹¹. Cependant, bien que cette directive, et le MAAP plus globalement, vise à protéger et à renforcer le secteur de la créativité audiovisuelle, il tend également à faire disparaître la frontière, déjà poreuse, entre production numérique et création audiovisuelle²¹². Ainsi, à travers la mise en place d'un marché numérique unique en Europe, le secteur de la créativité audiovisuelle s'y retrouve de plus en plus dilué. Cependant, cette dilution ne remet pas en cause la spécificité des produits audiovisuels, au sens d'Orinane Calligaro, qui affirme que « l'UE adopte une position de maintien de l'exception culturelle, même à l'ère du numérique, incarnant ainsi un modèle spécifique face à d'autres acteurs globaux. »²¹³. Toutefois, la dilution est bien réelle, et elle passe notamment par le fait qu'au sein même du processus des décisions concernant l'audiovisuel et de l'échange avec le CNC, la DG Connect prend de plus en plus de place²¹⁴, une direction à la vision « trop économique »²¹⁵ selon Céleste Bonnamy. Nous revenons à nouveau à l'ambivalence initiale des produits culturels. Le rôle croissant de la DG connect et son lien grandissant avec le CNC se lient également au travers de sa participation dans l'organisation du colloque sur « l'indépendance au service de la création » sur lequel nous nous sommes beaucoup appuyé pour nourrir notre raisonnement. Ce raisonnement rejoint celui de Franklin Dehousse lorsqu'il souligne le fait que « même partielle, l'intégration de l'audiovisuel avec les télécommunications et l'informatique risque déjà d'accroître les handicaps de l'Europe, dans la mesure où celle-ci souffre également d'un déficit dans les deux secteurs connexes concernés »²¹⁶.

La globalisation et les évolutions technologiques, bien qu'elles rendent « la définition du marché, la fixation des règles de concurrence et l'organisation des initiatives publiques

211 Directive (UE) 2019/790 du Parlement européen et du Conseil, du 17 avril 2019, [L_2019130FR.01009201.xml](#) (europa.eu)

212 Bonnamy, Céleste, art.cité p. 80

213 Calligaro, Oriane, art.cité p 51

214 Cardoso, Émilie, Entretien, 2022

215 Bonnamy, Céleste, art.cité p. 99-100

216 Dehousse, Franklin, art.cité p.54

extrêmement difficiles »²¹⁷, constituent une revalorisation du financement accordé au secteur audiovisuel via une « *stratégie offensive* », qui passe, et qui passera, par le développement de la création, de la production et de la diffusion. Dans cette concurrence extra-européenne, les actifs culturels français est européen, restent focaliser sur l'indépendance qu'ils présentent comme la ligne directrice du modèle européen. La question demeure néanmoins, est-ce que ce modèle européen, est celui de l'Europe de la culture que nous évoquions en introduction ? Car cette focalisation sur le globalisation et la concurrence extra-européenne se fait au détriment de la structuration du marché intérieur européen de l'audiovisuel, l'ambition première de Media.

217 Dehousse, Franklin, art.cité p.55

L'Europe de la Culture un enjeu de concurrence extra-européenne

L'Europe de la culture en est encore à ses premières étapes de construction et notre analyse des politiques européennes de l'audiovisuel en témoigne. C'est une Europe qui se fabrique majoritairement à partir de son rapport à la concurrence mondiale, c'est en tout cas, principalement dans cet objectif que le CNC la mobilise. Ce dernier, nous l'avons vu, participe activement à la définition des politiques européennes de l'audiovisuel, et son action vient encourager mais aussi orienter les décisions de la Commission. Si le CNC prend une place importante dans le financement de Media, il se focalise d'abord sur la concurrence américano-européenne, quitte à moins prendre en compte la structuration du marché européen intérieur, qui est l'ambition première de Media. En ce sens, le volet du programme Europe Créative consacré à l'audiovisuel, au vu de sa faiblesse budgétaire qui le limite dans son rôle structurant, n'est pas une pierre angulaire de l'actuelle Europe de la Culture. Ainsi, si le programme n'est pas appréhendé par le CNC dans l'optique de la fabrique de l'Europe de la Culture, c'est parce il n'est pas encore suffisant pour prétendre rivaliser avec la concurrence, étasunienne notamment. Car l'objectif primordiale du CNC, à l'échelle internationale, c'est la coopération européenne visant à protéger les actifs culturels français et européens face aux risques de monopole du marché des plateformes. A ce titre, c'est la mise en place d'un cadre légal européen qui est privilégié au détriment des programmes de financement. Ce privilège accordé au cadre légale est largement soutenu par le CNC, il est même demandé par ce dernier.

Cependant, on peut lire à travers les récentes initiatives de la Commission et les discours des différents membres du CNC, le changement stratégique qui s'opère au niveau des politiques européennes de l'audiovisuel. En effet, c'est davantage une « *stratégie offensive* »²¹⁸ (Boutonnat, 2021) qui est mise en avant par les acteurs, un nouveau mode d'action qui entend allier réglementation et revalorisation du financement via le lancement de nouveaux dispositifs de soutien à la création audiovisuelle, notamment avec le plan d'action pour les médias et l'audiovisuel en programmation, et à l'initiative de la Commission, une stratégie offensive largement nourrie par le besoin de faire face à la concurrence et à la digitalisation du marché.

Toutefois, il nous faut mentionner à nouveau l'intervention d'Agnieszka Holland lors de l'une des tables rondes du CNC, qui, par sa réflexion, a grandement contribué à notre démonstration. Le présidente de l'académie des films européens, a en effet mis en évidence la nécessité d'une « *volonté politique* »²¹⁹ dans la construction d'une action pour l'audiovisuel à

218 Boutonnat, Dominique, Remarques conclusives, Colloque du CNC sur « l'indépendance au service de la création », 2021, [Closing remarks by Dominique Boutonnat, President of the CNC - YouTube](#)

219 Holland, Agnieszka, Table ronde « L'œuvre européenne au service de l'imaginaire européen », Colloque du CNC sur « l'indépendance au service de la création », 2021, [Table ronde « L'œuvre européenne au service de l'imaginaire européen » - YouTube](#)

l'échelle européenne. Cette « volonté politique » nous la rapprochons du registre identitaire de l'activité de Media, fondée sur l'innovation, et la « valeur ajoutée européenne » qui tendent à donner raison à la formulation de Jean-Pierre Saez, que nous avons déjà citée, à savoir : « *l'identité européenne semble plus à chercher du côté du projet commun que du passé partagé* »²²⁰. Ce à quoi nous ajoutons que ce registre identitaire ne sert pas simplement l'exception culturelle, il sert le projet politique européen qui la comporte. Mais l'actuelle façon du CNC de se saisir du Media limite le registre identitaire du programme, et donc sa capacité à alimenter le projet européen. Tout comme la méthode de coopération gouvernementale qui règne dans les échanges entre le CNC et la Commission. En ce sens, comme le souligne Oriane Calligaro, si l'Europe de la culture est présentée à la fois comme héritage et comme objectif à atteindre, elle est devenue un principe de légitimation de l'Europe unifiée et objet de coopérations et de politiques publiques européennes²²¹, et réciproquement puisque la construction de l'Europe de la Culture reflète les difficultés de la construction d'une Europe politique.

Le niveau européen : un niveau complexe à appréhender

L'intervention européenne en matière de culture est composée de nombreux programmes, dont l'appréhension n'est pas si simple malgré les nombreuses informations à dispositions. A contrario, cette intervention bénéficie d'une certaine transparence, notamment au niveau des institutions européennes, contrebalancée par une possibilité restreinte de les interroger. Notre étude portée sur les politiques européennes de l'audiovisuel oscille entre cette facilité d'accès à l'information, et la difficulté d'interroger concrètement le « terrain ». Mais ces difficultés ne sont pas uniquement les nôtres, d'autres chercheurs, s'intéressant au niveau européen ont rencontré des difficultés similaires. C'est le cas, de Céleste Bonnamy, qui a également souligné la difficulté d'échanger avec la DG Connect notamment²²².

Autre que le terrain, l'objet de notre recherche, à savoir l'audiovisuel, est particulièrement difficile à cerner concrètement. Car notre étude ne concerne pas l'entièreté du secteur de l'audiovisuel, nous avons voulu cadrer l'analyse à la « créativité audiovisuelle »²²³, c'est ainsi qu'était nommé le domaine de soutien de Media. De plus, de manière plus générale, au sens de

220 Saez, Jean-Pierre, *les nouveaux enjeux des politiques culturelles*, dir Saez Guy, La Découverte, Paris 2012

221 Calligaro, Oriane, « Quelle(s) culture(s) pour l'Europe ? Les visions contrastées du Conseil de l'Europe et de l'Union de 1949 à nos jours », *Politique européenne*, vol. 56, 2017, p. 52

222 Bonnamy, Céleste « *L'écrivain et le Marché unique. La mobilisation des représentants d'écrivains français face au projet de réforme européenne du droit d'auteur (2014-2016)* », *Politique européenne*, 2017, p. 78-91

223 [publicationmedia-mai2018_versionweb.pdf \(relais-culture-europe.eu\)](#)

Philippe Teillet, la fragilité des politiques culturelles a tendance à déteindre sur les études de cas dont elles font l'objet, du fait de leurs instabilités²²⁴. Une instabilité d'autant plus importante que l'audiovisuel est soumis à l'évolution technologique et numérique ce qui rend son cadrage particulièrement difficile.

Par ailleurs, une autre limite de notre étude, est la multiplicité des acteurs qui rentre dans le processus de décision. Par définition l'action publique implique désormais plusieurs niveaux de gouvernance et de nombreux acteurs, pas forcément institutionnels. A ce titre, les membres du CNC l'ont souligné à plusieurs reprises, leur mode de négociation comprend énormément de dialogue avec les professionnels du secteur. De même pour ce qui est de Media, les échanges avec les professionnels représentent une part importante de l'action du bureau Europe Créative France. Bien que nous ayons contacté des professionnels, ils n'ont pas donné suite à nos interrogations.

224 Teillet, Philippe, dans l'ouvrage de Seaz, Jean Pierre, *ibidem* opsit p. 152

L'étude des rapports entre États membres sur la définition des politiques européennes de l'audiovisuel

Nous avons pu voir, que la France, par l'intermédiaire du CNC était grandement impliquée dans les processus de décision liés aux politiques européennes de l'audiovisuel. Il serait pertinent d'étudier les relations qu'entretiennent d'autres pays membres avec la Commission, et notamment des pays qui ne bénéficieraient pas de politiques culturelles aussi développées qu'en France. Cette étude plus approfondie pourrait être couplée avec une analyse davantage portée sur les rapports multilatéraux que les CNC européens entretiennent entre eux. Pour voir, si il y a des résistances ou des désaccords entre États membres, mais surtout sur quoi se font ces désaccords. A travers cette analyse, il s'agirait alors d'observer si les politiques de la Commission servent davantage les intérêts de certains États membres au détriments des autres. Nous pensons par exemple à la transposition de la directive SMA, qui en France est exemplaire. Cependant, la Commission a annoncé qu'elle mettrait en place des sanctions pour les États qui n'auraient pas encore transposé la directive. Cela pourrait constituer le point de départ d'une nouvelle recherche, dans la continuité de celle que nous venons de présenter.

BIBLIOGRAPHIE

SOURCES PRIMAIRES :

- Lancement officiel et tables rondes :

- Lancement officiel du nouveau programme Europe Créative 2021-2027 en France (2021) - Relais Culture Europe

[Lancement officiel du nouveau programme Europe Créative 2021-2027 en France - YouTube](#)

- Table ronde « Appliquer la directive SMA : bilan d'étape et perspectives » (2022) - CNC

[Table ronde « Appliquer la directive SMA : bilan d'étape et perspectives » - YouTube](#)

- Table ronde « Comment protéger les actifs culturels stratégiques ? » (2022) - CNC

[Table ronde « Comment protéger les actifs culturels stratégiques ? » - YouTube](#)

- Table ronde « L'œuvre européenne au service de l'imaginaire européen » (2022) - CNC

[Table ronde « L'œuvre européenne au service de l'imaginaire européen » - YouTube](#)

- Intervention by Thierry Breton, European Commissioner for Internal Market (2022) – CNC

[Intervention by Thierry Breton, European Commissioner for Internal Market - YouTube](#)

- Closing remarks by Dominique Boutonnat, President of the CNC (2022) – CNC

[Closing remarks by Dominique Boutonnat, President of the CNC - YouTube](#)

- Table ronde 2 : Quelle place pour l'international dans le modèle de production ? (2022) - UniFrance

[\[Journée Export\] Table ronde 2 : Quelle place pour l'international dans le modèle de production ? - YouTube](#)

- Articles de presse :

- Ledroit Valentin, « Europe Créative, le programme pour les secteurs audiovisuels, culturels et créatif », Toutes l'Europe, 2021

- Gaillard, Barthélémy, « La politique européenne de la culture », Toute l'Europe, 2021

- Vulser, Nicole, « Qotas d'œuvres françaises et chronologie des médias », Le Monde, 2021

- Loi et Directive :

- LOI n° 92-61 du 18 janvier 1992 modifiant les articles 27, 28, 31 et 70 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication

- Directive (UE) 2019/790 du Parlement européen et du Conseil, du 17 avril 2019, [L_2019130FR.01009201.xml \(europa.eu\)](#)

- Sites internet :
- [Média - Europe Créative \(europecreative.be\)](http://europecreative.be)
- [Le programme Europe Créative | Relais Culture Europe \(relais-culture-europe.eu\)](http://relais-culture-europe.eu)
- [Missions | CNC](#)
- [Les dates-clés du CNC | CNC](#)
- [Europa Cinemas - Présentation \(europa-cinemas.org\)](http://europa-cinemas.org)
- [Programmes de soutien d'Eurimages \(coe.int\)](http://coe.int)

- Rapport d'activité
- CNC, Rapport d'activité 2013
- CNC, Rapport d'activité 2016
- CNC, Rapport d'activité 2019
- CNC, Rapport d'activité 2020

SOURCES SECONDAIRES

- Politiques européennes de la culture
- Saez Jean-Pierre, *Les nouveaux enjeux des politiques culturelles*, dir. Saez Guy, La Découverte, Paris 2012
- Calligaro, Oriane, et Antonios Vlassis. « *La politique européenne de la culture. Entre paradigme économique et rhétorique de l'exception* », *Politique européenne*, vol. 56, no. 2, 2017, pp. 8-28.
- Dubois, Vincent « Politiques culturelles et polémiques médiatiques Lectures croisées en guise d'introduction » In: *Politix*, vol. 6, Quatrième trimestre 1993. *Affaires culturelles*, sous la direction de Annie Collovald, Sylvain Bourmeau et Vincent Dubois. pp. 5-19
- Calligaro, Oriane. « Quelle(s) culture(s) pour l'Europe ? Les visions contrastées du Conseil de l'Europe et de l'Union européenne de 1949 à nos jours », *Politique européenne*, vol. 56, no. 2, 2017, pp. 30-53.
- Bonnamy, Céleste. « L'Écrivain et le Marché unique. La mobilisation des représentants d'écrivains français face au projet de réforme européenne du droit d'auteur (2014-2016) », *Politique européenne*, vol. 56, no. 2, 2017, pp. 78-101.

- Romainville, Céline. « Les fondements d'une politique culturelle commune », *Études théâtrales*, vol. 46, no. 3, 2009, pp. 142-146.

- Littoz-Monnet, Annabelle, *The European Union and culture. Between economic regulation and European cultural policy*, Manchester University Press, 2013

- Perrin, Thomas. « Vers une Europe Créative ? Analyse du programme culturel de l'Union européenne pour 2014-2020 », *L'Observatoire*, vol. 42, no. 1, 2013

- Autissier, Anne-Marie. « IV. Une nouvelle relation de l'Europe au monde : une influence inattendue, une inégale prise en compte des attentes », *Europe et Culture : un couple à réinventer ? Essai sur 50 ans de coopération culturelle européenne*, sous la direction de Autissier Anne-Marie. Éditions de l'Attribut, 2016, pp. 191-249.

- Politiques européennes de l'audiovisuel :

- Vlassis, Antonios. « *The review of the Audiovisual Media Services Directive. Many political voices for one digital Europe?* », *Politique européenne*, vol. 56, no. 2, 2017, pp. 102-123.

- Dehousse, Franklin. « La politique européenne de l'audiovisuel », *Courrier hebdomadaire du CRISP*, vol. 1525-1526, no. 20-21, 1996, pp. 1-54.

- Politiques culturelles et audiovisuelles françaises :

- Dubois Vincent, *La politique culturelle, genèse d'une catégorie d'intervention publique*, BELIN, 1999

- Martigny, Vincent et Laurent, Martin et Wallon, Emmanuel, *Les années Lang, une histoire des politiques culturelles, 1981-1993 : Dictionnaire critique*, Comité d'histoire du ministère de la Culture, La Documentation française, 2021

- Cocq, Emmanuel, Alexis Dantec, et Florence Lévy-Hartmann. « Combien tu m'aimes ? Pour une analyse économique de la politique cinématographique française », *Revue de l'OFCE*, vol. no 97, no. 2, 2006, pp. 273-328.

- Savini, Aurélio. « Dimitri Vezyroglou, dir., *Le cinéma : une affaire d'État 1945-1970*. Paris, Documentation française, coll. Travaux et documents, 2014, 280 pages », *Questions de communication*, vol. 26, no. 2, 2014, pp. 382-384.

- Rousset-Rouard, Yves. « Chapitre III. Financement-administration », Yves Rousset-Rouard éd., *Les 100 mots du cinéma*. Presses Universitaires de France, 2018, pp. 27-43.

- Bellon, Anne. « La politique de concurrence au secours de l'exception culturelle. L'arrivée de Netflix en France depuis le ministère de la Culture », *Gouvernement et action publique*, vol. 015, no. 4, 2016, pp. 119-140

- Collard, Fabienne, et al. « La production cinématographique », *Dossier du CRISP*, vol. 86, 2016

- Européanisation :
 - Quermonne, Jean-Louis, *L'Europe en quête de légitimité*, PRESSES DE SCIENCES PO, 2001
 - Quermonne, Jean-Louis. *L'Union européenne dans le temps long*. Presses de Sciences Po, 2008
 - Quermonne Jean-Louis, « Chapitre 17. De la gouvernance au gouvernement : l'Union européenne en quête de gouvernabilité », dans : Pierre Favre éd., *Être gouverné. Études en l'honneur de Jean Leca*. Paris, Presses de Sciences Po, « Académique », 2003, p. 315-332
- Système Financier
 - Jean Paul POLLIN, « Macroéconomie – Systèmes financiers », Encyclopaedia Universalis, 2022.URL : <https://www.universalis.fr/encyclopedie/macroeconomie-systemes-financiers/>
- Méthodologie pour le mémoire (problématisation, refous de terrain)
 - Lemieux, Cyril « Problématiser », in Paugam Serge éd, *L'enquête sociologique*, Presses Universitaires de France, 2012 (chapitre 2)
 - Darmon, Muriel, « Le psychiatre, la sociologue et la boulangère : analyse d'un refus de terrain », *Genèse*, vol. 58, 2005,

ANNEXES

Grille d'entretien Margot Lacoste Responsable Europe Créative – MEDIA

- Questions sur le profils des agents de Media

- Le niveau européen est un niveau auquel vous avez toujours souhaité travaillé ?

- Quelle place ont pris les secteurs de l'audiovisuel dans votre parcours professionnel ?

- Questions générales sur la cadre des missions des agents au sein du programme

- Quelles sont vos mission au sein de Media ?

Relance :

=> Vous êtes affilié à un certain État ?

=> Comment ça se passe pour les autres ? C'est pareil ?

=> Vous êtes une grosse équipe

=> Est-ce que vous avez un rôle d'expert ?

- Le soutiens Media s'adresse avant tout au professionnels adoptant une démarche européenne. Qu'est ce que cela signifie concrètement ?

Relance :

=> J'ai pu lire que l'un des objectifs du programme était la « valeur ajoutée européenne », qu'est ce que ça implique ?

=> Collaborate To Innovate est un exemple des autres actions du programme, mais aussi de ces nouveaux objectifs ?

=> Peut-on parler de financement complémentaire ?

=> J'ai pu lire « une part significative » de la projection, est-ce que ça veut dire majoritairement ?

- Comment fonctionne le réseau de Bureau Europe Créative ?

- Vous êtes souvent amené à travailler avec les professionnels du secteurs ?

Relance :

=> Comment ça se passe quand un professionnel candidate aux aides ?

- Par rapport à la crise sanitaire, comment ça s'est passé, ce que je veux dire aussi par là c'est comment vous l'avez dépasser ? Si tenté qu'elle soit réellement derrière nous.

=> si on prend les salles de cinéma française, pendant et après la crise, sans votre soutien, certaine salle auraient-elles pu fermer ?

- J'ai pu voir que vous accordiez une grande importance à la production indépendante, Pourquoi ?

- Questions concernant le dialogue avec les différentes structures (européennes et françaises)

- Quelles sont les institutions qui financent le programme ?

- Comment se passe le travail avec le CNC ?

Relance :

=> C'est plus une collaboration ou alors les directives viennent de eux ?

=> Le CNC est un des partenaires principaux, parce que c'est le plus gros soutien financier de Media ?

=> Vous échangez avec des membres du CNC ? Avec qui d'autres ?

=> Vous travailler avec d'autres programmes européens ?

- Travailler vous avec des organismes publics du niveau régionale en France ? Types direction régionale des affaires culturelles ?

- Questions sur les actions au niveau français de Media :

- J'ai pu lire à plusieurs reprises que la France était un des soutien historique de Media, pourquoi cela ?

Relance :

=> et encore maintenant d'ailleurs ?

- J'ai pu voire que les salles françaises figuraient l'année dernière parmi celles les plus soutenues en Europe ? A quoi est-ce que c'est du ? Au fait qu'il y a une demande d'adhésion plus importante en France que dans les autres pays d'Europe ? Ou aussi du fait que la France soutien financièrement plus le programme, que les autres États membres ?

- Question ouverte

- Globalement, la tendance va plutôt a un élargissement du réseau ?

Entretien réalisé avec Margot Lacoste Responsable Europe Créative – MEDIA

- On peut commencer ? Pouvez-vous me parler de votre parcours professionnelle, qu'est-ce qui vous a amené à travailler au bureau français d'Europe créative ?

- Oui bien sûr. Donc, moi je suis diplômé de l'Institut d'étude politique Aix en Provence, parcours information communication et je me suis orienté déjà pendant mes études, en fait, sur la production audiovisuel. Donc en gros, tout les stages que j'avais pu faire pendant mes études c'était vraiment orienté sur la production audiovisuel, que ce soit à l'étranger ou en France. Et, suite, justement, à mon dernier stage de fin d'étude, j'avais pu commencer en fait, dans la production. Donc dans une société de production qui s'appelle « Agathe Film » qui est une société de production parisienne qui fait du documentaire, de la série, du long-métrage ex-cetera, donc ça me permettait de voir un peu tout. Et donc, du coup c'est dans ce cadre là où je suis resté plusieurs années, j'ai pu travailler, j'ai pu enchaîner plusieurs projets qui étaient en développement puis après en tournage, notamment sur la partie plutôt côté financement. Ça m'a donc permis de découvrir le programme MEDIA, et donc d'avoir une première approche, en tant que candidat sur les positionnements de la candidature ex-cetera. Mais c'est quelques choses qui m'ont pas mal intéressé parce que déjà c'est des dossiers qui sont très différents des autres demandes de financements qu'on peut avoir à faire, et qui mettent vraiment au cœur du sujet la stratégie du producteur. Bien sûr, il y a le projet qui est important aussi, mais la particularité de ces projets, de ces dossiers là, c'était une question de positionnement stratégique, qui moi déjà m'avait un peu intéressé on va dire, sur une première découverte ou rapprochement on va dire avec MEDIA.

Petite Pause

Puis après quelques années, j'ai voulu voir du côté un peu plus, (hésitation) pas forcément institutionnel, mais de voir un autre pendant, on va dire de audiovisuel. Et, j'ai pu rejoindre, donc, le CSA, le Conseil supérieur de l'Audiovisuel, qui venait d'ouvrir. A l'époque c'est un département dédié au suivi de ... et à la régulation des SAD, donc des services audiovisuel à la demande, comme c'était voilà dans le cadre de l'application du décret sur la régulation, des questions d'obligations, à la fois de déclaration et de visibilité d'offre française et européenne. J'ai pu accéder à un poste de chargé de mission, pour travailler vraiment spécifiquement sur la régulation, des services de, principalement, VOD et des chaînes linéaires. J'ai fait ça pendant 1 an, et en fait je suis parti assez rapidement parce que un poste s'est ouvert au Relais Culture Europe, donc la structure pour laquelle je travaille actuellement. Justement pour prendre, pour être responsable du programme MEDIA, c'est à dire que, le Relais Culture Europe, en fait c'est la, l'association qui a pour mission d'accompagner les acteurs culturels, sur les enjeux et les coopérations européennes, et à ce titre, l'une des missions principales de cette structure, c'est d'accueillir le bureau Europe Créative France. Donc Europe Créative, programme de la commission européenne, qui est géré, de manière administrative par une agence exécutive à Bruxelles, mais dont la représentation, pour tout ce qui est question d'informations, d'accompagnement, de mobilisation et de promotion du programme au niveau national, et détaché, à ce qu'on appelle des bureaux Europe Créative, dans chacun des pays participants au programmes, et donc voilà, en France, c'est le Relais Culture Europe qui assure cette mission là. Donc on a une double tutelle, à la fois au niveau communautaire, donc la commission européenne et au niveau français avec le ministère de la culture et le CNC, voilà. Donc, c'est

comme ça que je me suis retrouvé responsable MEDIA au sein du programme Relais Culture Europe.

- D'accord, et donc au niveau du cadre de vos fonctions, de vos missions, comment ça se passe ? Est-ce que vous pouvez m'en parler en détail ?

- Oui, alors nous ont est, sur une mission d'information et d'accompagnement du secteur sur les opportunités du programme. Et aussi de communication et de promotion, alors du programme, mais aussi des enjeux culturels qui se présentent en terme de régulation, et de capacité de coopération. Donc, le cœur principal de mes missions, c'est d'assurer à la fois une correcte information et aussi de donner les moyens d'avoir une bonne mobilisation pour les acteurs français (elle a appuyé le « pour les acteurs français »), pour pouvoir candidater, et participer à ce programme, donc en particulier MEDIA, à travers tout une batterie d'appel à proposition qui existe, et donc on a, forcément au regard de l'écosystème français, beaucoup d'opérateur audiovisuel français qui souhaitent solliciter MEDIA. Et donc, nous avons mis en place un système d'accompagnement, à travers, de l'information, des réunions, des ateliers de préparations au dépôt, pour tous ce qui est de la question de la candidature, pour présenter des projets. L'idée est ici de, d'accompagner aussi, les dossiers qu'ils peuvent déposer mais aussi, on va dire le cheminement des acteurs audiovisuels qui souhaitent s'europaniser, un accompagnement qui se fait sur le temps long, c'est à dire que moi par exemple, moi, avec un opérateur avec qui j'échange, peut-être que dans quelques années, deux trois ans, ils seront mûrs pour aller présenter un candidatures au niveau européens. On n'est pas uniquement, on va dire, sur la phase de dépôt, on est aussi sur l'action d'accompagnement. Après, il y a aussi, la question, on va dire, de coopération et de networking qui est assez importante, donc, elle se traduit beaucoup par, des activités, pour permettre de faire parler les acteurs européens entre eux, sur différents sujets, et notamment, beaucoup professionnel, pour des enjeux de networking et donc notamment dans la participation des principaux marchés, et festival de films européens, pour animer un peu se réseau européen, notamment à travers ce formidable réseau des Bureaux Europe Créative qu'on a partout en Europe. Et aussi d'essayer d'europaniser un peu, les questions concernant le secteur. Donc là par exemple, sur la question de l'éco-responsabilité et de la transition écologique de nos sociétés, c'est devenu un pan, un pan du programme, qui fait parti, qui est déclaré comme une des priorités transversale au programme Europe Créative, donc d'essayer de voir comment, d'un point de vue européen, on peut approcher cette question là, et aussi, ça passe beaucoup, à la fois, par une espèce de, on va dire, logique de médiation et de participer aussi un peu au débat là-dessus, par nos propres moyens, c'est à dire qu'on a des réseaux de communications, on a une émission aussi, qu'on propose à nos professionnels, pour essayer, un peu d'avoir un angle européen sur ces questions, à la fois sectoriel et puis sociétale, qui traverse le programme.

- Très bien, donc, si j'ai bien compris, vous essayer d'apporter un niveau européen à l'ensemble de ces questions et des projets ?

- Oui, complètement. Nous ont a des pratiques avec les acteurs avec qui ont va travailler, qui sont forcément des acteurs qui ont une approche ou une pratique européenne plus ou moins intégré. A partir du moment où ils sont intéressés par des financements européens, c'est que il y a une logique derrière. Et puis, d'autres par, aussi, peut-être sur les questions de régulations et ça c'est toujours justement en lien aussi avec les objectifs du programme Europe Créative, qui a effectivement une dimension économique, sociétale et donc démocratique, de participer à notre niveau à contribuer à ces débats, à mettre peut-être en lumière les parcours d'acteurs notamment par des projets qui sont soutenus, ou même parfois pas, mais d'essayer de participer à ça aussi, au niveau de la communication, au-delà des enjeux du programmes qu'ils peuvent porter.

- Mais, d'une certaine manière est-ce que cette accompagnement passe aussi par le fait d'encourager des projets français à adopter une échelle européenne ?

- Oui parce que, en faite, il faut que les projets français aient une échelle européenne pour participer au programme Europe Créative.

- Oui d'accord, donc de toutes manières...

- Oui, alors, par exemple, le programme Europe Créative soutiens l'ensemble des secteurs culturelles et créatifs, il se décline en plusieurs volet, donc il y a MEDIA, pour l'audiovisuel, puis l'autre volet principale c'est Culture. Donc le volet culture c'est un programme qui permet de soutenir des initiatives culturelles au sens très large, dans le sens ou on peut vraiment imaginer plein de projet différent dans ce volet là. Par contre, l'impératif reste toujours d'avoir une dimension européenne, c'est à dire de porter des projets ou on est, ou on a des partenaires européens, associés, ect... Sur MEDIA c'est un peu différent, on essaye un peu, l'idée d'avoir des partenaires européens, n'est pas forcément obligatoire, sur les financements qui sont existant, par contre il s'agit forcément de projet avec une dimension européenne. Donc, par exemple si on parle du film, et bah c'est un projet qui a un potentiel d'audience au niveau européen ou internationale, ou concrètement les projets qui sont dans une logique de coproduction européenne vont être assez naturellement avantagé, au regard des projet qui sont ciblé par les appels MEDIA. Donc, oui, il faut que les projets, ils aient une échelles européennes si ils veulent postulés à ce programme.

- D'accord. Pour en revenir aux projets soutenus par MEDIA, le programme ne soutien pas uniquement des films, mais quelles sont les autres projets typiques, dans le secteur du cinéma, auxquels vous venez en aide ?

- C'est beaucoup large que ça. Ça soutien en faite, toutes les échelles de la filière, donc c'est à dire qu'il y a ... Maintenant, depuis 2021, en faite le programme sera organisé autour de trois grands pôles d'actions. Donc, le premier s'appelle « content », il soutien en faite tous les appels, qui sont ouverts pour les producteurs de films, donc les producteurs indépendants uniquement, donc qui soutien du coup au stade du développement les longs-métrages, d'autres projets audiovisuels, mais aussi des jeux-vidéos et des projets immersifs. Puis après, uniquement au stade de la production, le soutien de projet audiovisuel, donc pour accéder au surfaces de plateformes, puisque, il y a une volonté de complémentarité entre les dispositifs européens. Donc en dehors de MEDIA, il y a le dispositif Eurimages, qui est un dispositif qui appartiens en faite (longue hésitation) au conseil de l'Europe, et qui permet de financer les co-productions de longs métrages européens. Donc c'est pour ça aussi que MEDIA a plutôt, positionner les financements offerts au producteur indépendant sur du développement, et après, un financement possible au stade de la production uniquement pour les projets audiovisuels, puisque les projets de longs métrages vont être soutenus via le dispositifs Eurimages du Conseil de l'Europe.

- D'accord ...

- Donc ça s'est le premier cluster, du coup y a cinq appel à propositions, pour les producteurs indépendants, dans le cadre du cluster « content ». Après le deuxième cluster, qui est le plus important en terme financier, c'est le cluster dit « business », notamment parce qu'il comprend les soutiens pour les distributeurs de films et les vendeurs internationaux, qui est un des soutiens, on va dire historique de MEDIA, qui permet à la circulation de films européens non nationaux, à l'intérieur de l'Europe, puisque en faite c'est un dispositif qui a, qui est un peu calqué sur le fond de soutien du CNC, c'est à dire que, un distributeur qui va sortir des films européens non nationaux, en

France, il sera valoriser par MEDIA, qui va donc générer, un nouveau fond de soutien qui lui, permettra d'investir à nouveau, dans l'acquisition et la promotion de nouveau film européen non nationaux. Donc, il y a cette logique, un peu, avant on appelait ça un dispositif automatique, et maintenant, l'appel à changer de nom, mais la logique reste la même, et donc ça s'est vraiment un appel à part, puisque, dans les autres dispositifs d'Europe Créative, il n'y a aucun autre dispositif qui s'apparente à ça, c'est vraiment une particularité pour la circulation des films européens non nationaux, en finançant à la fois les distributeurs mais aussi les vendeurs internationaux. Donc ça c'est quand même des dispositifs importants, en fin, c'est les plus grosses enveloppes budgétaires. Là par exemple, en 2022, pour les distributeurs ça va être une échelle de 33 millions d'euros qui seront alloués au distributeurs de films européens. Donc c'est l'appel le plus costaud de MEDIA. Et après sur les offres des autres dispositifs, autres que « business », on a le soutien au marché de film. Donc, tous ce qui permet vraiment d'avoir un écosystème européen, donc ça va être les grands marchés de films, comme la « Berlinade », l'IXFAM Amsterdam, Rotterdam, donc des marchés plus sectoriels comme par exemple le Festival du film d'animation d'Annecy, qui est l'un des principaux marché en animation, ou alors le « Semi-Fields » qui a lieu à la Rochelle, et qui est dédié au documentaire, donc voilà, beaucoup de marché comme ça, qui vont être sujet à ce dispositif. Il y a aussi un autre dispositif qui va être aussi important, pareil qui est un peu dans l'essence de MEDIA, on va dire, c'est un dispositif qui soutien les formations professionnels. Donc, ça permet de beaucoup soutenir, les réseaux notamment de producteurs pour développer des projets, ou alors pour acquérir des nouvelles compétences, sur une industrie qui change ne serait-ce qu'en terme de régulation, en terme de pratique, de format ect ... Ça aussi, ça a vraiment permis de financer, de structurer le secteur au niveau européen, c'est logique de formation professionnelle qui permette aussi de créer beaucoup de réseau, et de travailler avec des professionnels, pas forcément émergents, qui constituent un vrai réseau européen. Et après le dernier dispositif de « business », c'est un dispositif, qui a aussi une nouvelle ambition depuis 2021, qui s'appelle « Innovative tools and Business models ». Là c'est pour permettre aux acteurs européens, qui voudraient se positionner sur des outils innovants pour le secteurs, de pouvoir être financer pour le développement de ces outils, mais aussi pour renforcer leur position. Par outils, ça peut être assez large, ça peut être des modèles économiques, par exemple, qui permet d'utiliser... L'exemple le plus pertinent serait plutôt, comment on intègre la « Blug Chaîne » dans l'industrie audiovisuel, donc comment il y a des outils qui peuvent se développer autour de ça. Et donc, du coup, permettre aussi à des nouveaux système de financement ou ect ... donc ça peut être couvert par ça. Ça peut aussi être des outils qui vont permettre justement à rendre le secteur plus écoresponsable, donc comment on mesure ça sur des tournages. Donc des outils assez large, mais voilà l'idée c'est de pouvoir doter les acteurs européens qui se positionnent sur des innovations nécessaires dans l'industrie, et du modèle économique, et donc aussi de pouvoir les aider là-dessus, sur ces tentatives d'innovations.

- Donc c'est un accompagnement qui ne se limite pas au financement ...

- Non, non, là c'était un exemple, il y a un autre outil, là qui est très technique, qui a été financé cette été, qui s'appelle « Greenshot » qui est une société Belge qui a été financer. Ils ont développé un outil, qui permet aux équipes techniques sur les tournages de pouvoir calculer en temps réel leur dépenses. Et du coup, ça change, en faite, tous le système d'organisation de tournage, et donc du coup de pouvoir faire des économies pendant le tournage, donc en temps réel, et du coup de se dire, tient finalement j'ai beaucoup moins dépensé sur ce décors là, ça m'a permis d'avoir un peu d'argent de réserve ect... Ça permet vraiment de renforcer la rentabilité sur le tournage, d'autant plus, maintenant qu'ils vont tester cet outil, sur des longs métrages. Ils ont testé cet outil notamment sur « Annette », le dernier film de Leos Carax, donc, pas mal pour tester un outil. Et ils ont dit que ça a bien marché, du coup ils ont validés le prototype. Et là en faite l'idée c'était d'intégrer à cet

outil, puisque du coup tout les dépenses effectués sur le tournages passeront par cet outil, d'y agréger en fait un calculateur carbone, parce que en faite ça permettra de voir en temps réel, combien coûte le tournage au niveau de sa facture énergétique.

- D'accord.

- Oui, donc dans un moment ou on sait qu'il faudra de plus en plus mettre en place des mesures et des outils pour pouvoir calculer son empreinte carbone, notamment en tant qu'entreprise ect, notamment dans le cadre de l'industrie, voilà c'était intéressant d'avoir déjà un acteur qui déjà un outil presque clef en main, donc du coup qui est financé par MEDIA, ça permettra du coup d'accélérer son développement et surtout de pouvoir le tester sur différent pays européens. Et donc du coup, si il peut être testé sur différent pays européen, peut-être qu'il arrivera à percer plus que d'autres qui ont... (ne termine pas sa phrase). Voilà c'est un peu l'idée de cet appel. Donc on va voir si il y a des outils, et donc si des choses en sorte. Et donc pour terminer sur ce cluster « business », il y a un nouvel appel qui vient d'être lancé aussi qui s'appelle MEDIA 360, qui à vocation à soutenir des grands marchés européens de manières plus structurantes. Puisque avant les grands marchés européens étaient soutenues par MEDIA, donc là je parle principalement, on peut imaginer que bon vont candidater à cet appel des marchés comme, principalement la Berlinade, Cannes, peut-être Serie Mania, qui se positionne aussi au niveau de la série comme leader, enfin voilà, se genre d'acteur. Plus soutenu pour une activité en particulier, donc par exemple, leur activité de marché, ou leur activité de formation et de réseau, mais pour vraiment être soutenue sur une stratégie globale, et donc du coup, d'aller voir MEDIA, pour un seul financement au lieu d'aller leur demander plusieurs financements par rapport aux appels existants. Donc ça c'est une nouvelle initiative.

- Donc, MEDIA soutient d'autres programmes ?

- En faite, ce que MEDIA finance, c'est surtout des ... c'est pas d'autres programmes, c'est surtout des marchés et des ... En faite c'est tous se qui va permettre à l'écosystème européen de se développer et de se renforcer. Beaucoup à travers la question de la mise en réseau, des endroits de discussion ect ... Donc voilà toutes ces entrées « business », enfin dans se cluster là en tous cas. Et le dernier cluster s'appel audience. Donc sur ce cluster là, en faite, il va regrouper tous les actions qui permettent aux œuvres européennes de toucher directement le public. Donc on va avoir le soutien au salle de cinéma, donc MEDIA soutien Europa Cinemas qui est réseau... Donc en faite là, oui effectivement Europa Cinema est un réseau qui finance les salles de cinéma en Europe. Les salles de cinéma qui s'engagent à avoir une forte diffusion de film européen non nationaux ect ... Donc là c'est vrai que comme Europa Cinema gère, je crois, j'ai plus tous les chiffres mais près de 1000 salles en Europe, c'est clair que c'est beaucoup plus simple pour un distributeur, une grosse institution assez lourde comme MEDIA de financer une structure qui va animer et financer ce réseau de salle, plutôt que d'aller directement financer ces milliers de salles, donc là c'est aussi un soutien assez historique de MEDIA, auprès d'Europa Cinema, de financer ce réseau qui va financer des salles européennes en Europe, qui s'engage, voilà, à la fois à avoir une forte programmation européenne, mais aussi une forte animation dans leurs salles en termes de débat ect ... L'autre types de soutien, c'est le soutien au festival de film, européen, donc là aussi, une autre manière de toucher le public, et après ça va être un soutien aux plateformes de VOD européennes, et après un soutien aux sorties en salle, donc en faite là c'est des soutiens qui vont permettre de financer des vendeurs de films internationaux et d'un distributeurs, mais là vraiment pour financer la promotion sur la sortie, donc par exemple là, très récemment, « Olympiades », le dernier film de Jacques Audiard a été soutenu dans ce cadre là. Ça veut dire que grâce à ça, des distributeurs européens vont avoir de l'argent pour pouvoir booster leur communication, leur promotion, pendant la sortie de leur film, de ce film là, sur leur territoire. Bien sur, un film français n'est pas soutenue pour ça sortie en France,

l'objet de MEDIA, c'est vraiment de, la question de la circulation en dehors de leurs territoires, donc c'est toujours ça un peu le principe pour le soutien à ces œuvres. Et après, le dernier dispositif sur « audience », et après j'en est terminer, c'est le soutien des actions d'éducatives à l'image et de développement de l'audience. Donc là typiquement sur cet appel là, par exemple, la question des partenariats européens est importante, donc c'est à dire, de présenter une action d'éducation à l'image qui est opérante sur plusieurs territoires et donc là c'est quasiment obligatoire de présenter une candidature avec des partenaires européens ? Donc là vous avez tous les dispositifs qui existent, donc vous avez en tous une quinzaine d'appel, qui sont, qui ne sont pas tous annuel, certain, parce que certain ont des durée d'action qui peuvent durée quelques années, donc du coup vous aurez une récurrence soit annuel, soit tous les deux ans sur ces appels là.

- Très bien, du coup si je comprend bien, vous donniez l'exemple du festival d'Annecy, est-ce que vous travaillez beaucoup à l'échelle régionale ?

- Alors ... on peut avoir des acteurs régionaux, après on va être ... Enfin par exemple Annecy, oui c'est en région, mais c'est un acteur qui a vraiment une dimension internationale ? Donc on va plutôt être en lien directement avec les acteurs, qu'avec les régions. Les régions, ont les sollicite pour qu'ils soient au courant de notre actualité auprès de leurs accompagnant, de leurs opérateurs, mais, pour moi en tous cas ça va pas être les premiers relais. Mais ça reste important qu'ils soient dans mon giron. Et après, il y a certaine région qui ont un partenariat avec le relais culture Europe, qui ont lancé, se qu'on appel des « LabEurope », donc là c'est en dehors de la mission Europe Créative, c'est vraiment pour soutenir en faite la dimension, la pratique européenne chez des acteurs culturelles qui ne seraient pas encore en capacité à aller s'investir sur des projets européens. Donc, en gros, pour travailler sur la pratique, et le développement des pratiques, pour voire après in fine, pouvoir se positionner sur des projets européens. Et donc là il y a une convention avec la région de la réunion, la région Sud- Normandie, et pays de Loire je crois. Et du coup voilà c'est pas en lien direct avec Europe Créative. C'est plus large, sur la gestion culturelle et la coopération culturelle.

- D'accord, du coup, pour en revenir au niveau nationale. En France le partenaire privilégié ça reste le CNC ?

- Oui, parce que le CNC c'est notre tutelle, notamment du coup pour la partie MEDIA. Le CNC, oui c'est vraiment le ... au niveau de la gouvernance du programme, c'est le CNC qui représente la France en tant qu'État membres du programme au près du Comité de gestion. Donc le comité de gestion c'est le ... C'est l'outil, en faite, qui permet d'assurer la gouvernance entre l'équipe de la Commission Européenne qui gère le programme et les États membres. Et donc dans le cadre de ce comité de gestion, il est adopté annuellement le plan de travail qui détermine le budget, les éventuelles évolutions dans les appels existants, voir même le lancement de nouvelles actions qui aurait été prévu par le règlement du programme.

- Et donc, c'est réunion ont lieu chaque année ?

- Oui, enfin, il y a plusieurs réunion, mais c'est régis sous l'étiquette qu'on appel le comité de gestion. Et donc en faite ce comité de gestion est fait pour valider l'ensemble du plan de travail annuelle du programme, et ce plan de travail à vocation à être adopté au près du conseil, une fois qu'il est adopté, alors les nouveaux appels du programme annuel peuvent être lancé. Donc en faite moi, dans mon travail je suis vraiment, là par exemple, le comité de gestion normalement il aurait du être fixé en décembre, finalement il à pris un peu de retard, donc nous on était vraiment en attente que les nouveaux appels sorte pour pouvoir du coup proposer à nos opérateurs, de l'information sur les nouveaux appels et pouvoir lancer le travail sur les candidatures. Donc, nous

ont est plutôt en retrait par rapport à ça, c'est pas nos décisions, c'est le CNC. Nous du coup le CNC, on l'abonde, on lui fait remonter les retours d'expériences, des retours sur le programme en faite. Puis pareil, des fois le CNC peut nous solliciter pour des questions, des questions par rapport aux objectifs du programme ou à ce qui est dicté dans ce comité de gestion.

- Je vois, mais les financements accordé passe par le CNC ?

- Ah non non non, c'est deux choses différentes. Le comité de gestion permet de validé le plan de travail qui va déterminé les appels qui vont sortir donc tous les appels MEDIA notamment qui vont être fait dans l'année. Après par contre pour savoir qui décide, en faite c'est, la Commission Européenne à une agence exécutive qui s'appelle EACEA, agence européenne exécutive pour l'éducation à la culture, et cette agence gère plusieurs programmes européen, je crois notamment que Erasmus par exemple, est géré par cette agence, d'autres programmes aussi européens sont gérés par cette agence, et du coup cette agence à une unité qui dédié à la gestion d'Europe Créative, et du coup de MEDIA, et donc là vous avez une équipe qui gère à la fois la publication des appels, avec leur ligne directrice, les critères d'éligibilités, les dossiers de candidatures ect... Et c'est cette équipe là qui gère l'instruction des candidatures et qui gère la sélection aussi des dossiers, pour la sélection des dossier, en fait elle est confié à des experts qui sont embauchés par cette agence pour noter ces candidatures, et les candidatures sont en faite noté de la meilleure note à la plus mauvaise selon des critères d'attributions qui sont déterminés et spécifiques à chacun des appels et en faite les projets sont financés par rapport à la note qu'ils ont obtenue, jusqu'à ce que l'enveloppe de l'appel soit vidé. Donc c'est pour ça que c'est important aussi, dans le comité de gestion, il y a aussi la répartition budgétaire qui est adopté ect... Donc moi typiquement en tant que bureau, la première chose que je regarde c'est l'enveloppe budgétaire de l'année, si je vois qu'elle est plus élevé que l'année précédente, je me dis tient là il y a une ouverture si on a des nouveaux projets qui arrives, si en revanche je vois qu'elle est stable ou même plus faible que l'année précédente, je dis attention à mes opérateurs, si vous êtes nouveau, que vous avez jamais été soutenu, là ça va peut être être un peu compliqué, donc voilà... la question budgétaire est importante pour moi pour m'aider aussi à comprendre quelle est l'ouverture réelle, et en gros le succès potentiel de certaine candidature pour MEDIA.

- Oui justement, j'avais cru comprendre finalement que parmi c'est critère de sélection la « valeur ajoutée européenne » prenait une place centrale ?

- Oui, en faite, vous avez... ça c'est vrai pour tous les appels d'Europe Créative indépendant, que ce soit pou le volet culture, Media ou même transectoriel, donc vous êtes noté sur ce qu'on appel des critères d'attribution. Et donc en faite, si vous voulez, vous avez 4 grands critères d'attribution, et ces critères vont être les mêmes pour tous les appels, et après si on regarde à l'intérieur le détail bien sur il est spécifique à chacun des appels. Par exemple les 4 grands critères, donc ça va être le premier, qui va être effectivement, la « valeur ajouté européenne » et la pertinence du projet par rapport à ces valeurs là. En gros on revoit les objectifs principaux du programmes qui sont diversité culturelle, pluralisme, compétitivité du secteur, développement des compétences ect... Donc c'est ça les valeurs européennes en vrai, c'est ce que détermine le programme. Après le deuxième critère c'est la qualité du contenu des activités, en gros la faisabilité du projet, comment on le met en œuvre, comment on le fait avec qui ect... Le troisième grand critère c'est « project management », donc c'est l'équipe qui compose le projet, donc pour étudier un peu la solidité de l'équipe, son expérience, et les parties qui la structure ... Le quatrième critère c'est « dissimination and communication » donc, voilà tous ce qui est lié à la dissimination, donc en gros à l'impact que pourrait avoir le projet sur une audience et sur le secteur, et la communication autour du projet, donc comment on rend visible le projet, qu'est-ce qui permet d'en ressortir ect...

- D'accord, peut-être une question plus précise sur un dispositif en particulier, j'ai pu voir à plusieurs reprises la participation de MEDIA pour le dispositif ACM distribution ...

- Oui tout à fait. Après, dans mon travail à moi non, mais c'est un dispositif qui est important parce que, important pour le secteur et pour les distributeurs et les vendeurs qui investissent dans ces films là, mais moi dans mon quotidien c'est pas quelque chose d'important. Par contre c'est un dispositif important, qui correspond aussi à un objectif politique assez important quand même de MEDIA, c'est à dire que MEDIA en 2014, donc c'était sous l'ancien programme. Donc en fait le programme a beaucoup changé entre 2007-2013 et celui de 2014-2020, là aujourd'hui on est plus dans une continuité avec le programme précédent. Et en 2014, il a introduit le soutien à ce qu'on appelle des Fonds de coproduction internationale. Donc ces fonds ils ont pour but de soutenir la production et la circulation de coproductions internationales. Et donc l'idée, c'est de favoriser les activités engagées dans des coproductions internationales, et donc d'avoir une capacité de networking et de marché au-delà de l'Europe. Si on regarde un peu plus loin, ça permet aussi en fait, de permettre de renforcer, peut-être des acteurs européens comme des acteurs qui vont aussi pouvoir participer à la diversité culturelle au sens le plus large possible notamment en finançant des films d'auteurs qui soient, qui viennent de partout dans le monde. On voit très bien que dans beaucoup de cinéma indépendant mondiale il y a souvent un producteur européen qui est quand même attaché au projet. Donc voilà de soutenir un peu ça. Donc du coup Media a décidé de soutenir cinq fonds de coproduction internationale, partout en Europe, et notamment, c'est grâce à ça que, en fait, le CNC s'est positionné dessus parce que, déjà le CNC qui finance très largement, bon bien sûr l'audiovisuel et le cinéma français, mais aussi bien au-delà avec beaucoup d'accord bilatéraux sur la coproduction ect... et qui avait déjà lancé un dispositif, qui avait, bon je ne sais pas quand est-ce qu'il est né mais ... L'Aide au Cinéma du Monde, qui permettait de financer la cinématographie mondiale dans lequel un producteur français avait une part de coproduction. L'Aide au Cinéma du Monde s'est un dispositif qui est géré par le CNC mais aussi par l'Institut français. Donc voilà, c'était vraiment orienter à l'internationale dès le départ. Et donc grâce à ça, donc il y avait déjà ce dispositif qui existait pour financer la coproduction à l'internationale. Et donc grâce au CNC, enfin ... (petite hésitation), sous l'impulsion du CNC du coup, avec ces ambitions du mondiale, le CNC a ouvert un nouveau dispositif, dans la continuité de l'Aide au Cinéma du Monde, mais là dédié à la distribution. Du coup, aider les vendeurs et les distributeurs à pouvoir, à pouvoir, sortir et donc du coup rendre visible des films de la cinématographie mondiale d'auteurs, on va dire, à travers du coup cette aide ACM distribution. Donc, c'est un dispositif qui est entièrement géré par le CNC, ACM distribution, qui est financé à hauteur de 80 % par MEDIA, donc en gros, quasiment l'intégralité puisque, après c'est surtout des frais de fonctionnement on va dire. Et là qui devrait être relancé, on l'espère, parce que, en fait, là, le soutien en soit, au fonds de coproduction internationale n'existe plus sur MEDIA, maintenant il est recoupé en fait, sous cette nouvelle initiative, qui est MEDIA 360, qui a vocation à soutenir les grands marchés structurant. Donc le CNC va se positionner, dans cette logique là, à travers une candidature qui va être renouvelé autour d'une offre, notamment, de AMC distribution, mais aussi d'avoir, voilà, une présentation un peu plus globale pour pouvoir notamment correspondre à ce nouvel appel MEDIA 360. Parce que voilà, la CNC c'est une exception, parce que sinon les autres fonds de coproductions internationale qui étaient soutenus par MEDIA étaient tous des fonds de coproduction qui étaient gérés par des Marchés.

- Je vois, mais du coup, au niveau de l'échange avec le CNC... Vous êtes souvent amené à échanger avec les membres du CNC ?

- Oui, bah, dans le cadre du suivi sur la mise en œuvre du programme, moi mes principaux interlocuteurs, ça va être donc du coup les personnes qui sont en charges de représenter le CNC auprès de ce comité de gestion donc c'est Jérémie Kestler, qui est directeur adjoint auprès de la direction des affaires juridique donc lui du coup qui est directeur détaché aux affaires européennes, et il a une collaboratrice qui s'appelle Émilie Cardoso, qui travail aussi beaucoup sur les sujets liés à MEDIA. Alors c'est pas l'unique, eux ils vont vraiment faire toutes ce qui est affaires et régulation au niveau européen, donc MEDIA n'est pas du tout leur seul sujet de travail. Voilà donc ce sont les principaux interlocuteurs et après il y aura également effectivement la personne qui s'occupe d'ACM distribution, là pour des choses un peu plus pratique sur des questions de présence en marché, de communication, d'information sur les éventuelles nouveautés qui pourraient y avoir dans le dispositif, qui s'appelle Manon Duverger.

- D'accord, mais du coup MEDIA n'est pas le seul outil d'intervention de l'union européenne sur le secteur du Cinéma ? Est-ce que MEDIA reste un instrument privilégié pour intervenir sur le secteur ?

- Alors, c'est clair, oui pour l'audiovisuel, c'est vraiment ... Déjà Europe Créative c'est quand même le programme qui est dédié au secteurs culturelles et créatifs, les autres programmes sont transversaux. Après, la vérité, c'est que c'est un tout petit programme au niveau budgétaire... variment ridicule au niveau du budget de l'UE. Et donc du coup par défaut c'est un programme qui ne peut pas financer de manière structurelle le secteur que ce soit celui de France, ou d'autre pays, au niveau audiovisuel. Par contre il peut vraiment se positionner, bah justement sur des projets qui ont une plus valus européenne à ajouter. A ce titre Media était quand même très important, justement pour, plutôt la circulation, enfin, si on regarde parce que MEDIA c'est un programme qui existe depuis 30 ans, donc qui à quand même vraiment permis de structuré certain acteurs sur le secteur, notamment les distributeurs indépendants qui sortent des films européens non nationaux. Mais donc, voilà MEDIA a été vraiment structurant pour ces acteurs là, qui sont plutôt des petits acteurs structurants on va dire, parce après dans les grands secteurs de la distributions, donc Studio Canal, Gaumont ect... eux, ils ne dépendent pas de MEDIA pour marché. Par contre ça a peut être quand même permis, et puis même pour sortir du côté français, de structuré certain des petits acteurs, pour pouvoir aller changer d'échelles ect ... Maintenant, voilà on reste quand même sur un programme avec une enveloppe budgétaire qui est quand même, relativement, assez petite par rapport à ceux que représente le secteur. On a, au-delà de MEDIA, un plan politique qui s'appelle le MAAP (Media audiovisuel action plan), qui est une initiative lancé par le commissaire Thierry Breton. Bon bien sûr là dedans ça couvre Media, et cela souhaite soutenir Media. Mais il y à aussi l'idée de lancer un fond d'investissement qui serait dédié vraiment au secteur audiovisuel pour lui permettre de renforcer au niveau capitalistique, c'est un fond d'investissement qui devrait s'appeler MEDIA Invest. A ce jour il n'a pas encore été lancé, mais là ça permettra peut-être de donner une autre échelle à l'intervention européenne pour le secteur audiovisuel, en leur disant, là clairement on est dans un secteur qui est traditionnellement très pluralités et qui repose vraiment sur une diversité très conséquente d'acteur, il y a énormément d'acteurs, je ne sais même pas combien il y a de producteurs en France, de distributeur ect ... c'est quand même ça la vie du secteur, mais du coup qui est quand même très mis à mal par des grands groupes qui ont vocation à racheté concentré de plus en plus le secteur, des acteurs, enfin les plateformes américaines qui viennent complètement déséquilibrer des systèmes de financement ect ..., d'où la nécessité peut-être de renforcer les entreprises audiovisuel au niveau financier et donc du coup c'est un peu dans cette idée là, qu'à été lancé, cette idée de proposer un plan d'investissement spécifique MEDIA Invest, donc du coup plutôt sur des questions, on va dire financière et de renforcer des acteurs audiovisuels européens à travers ces fonds d'investissement là. Donc qu'il soit vraiment complémentaire de MEDIA qui lui va financer des projets qui peuvent être, plus directement sur des films et des actions, et là on joue

vraiment sur des structures, donc voilà on veille à ça mais pour l'instant c'est pas quelque chose qui a encore été lancé.

- D'accord, donc il ya quand même une certaine tendance à la hausse, puisque j'ai pu voir qu'il y avait quand même une augmentation du budget chaque année....

- Oui, il a augmenter de 60 % mais c'était très bien qu'il augmente, mais ça reste quand même... On est sur un budget Pour comparer, le budget de horizon Europe qui est dédié à l'innovation, je crois qu'il fait plus de 100 milliard, et nous on a 2 milliard, et puis pareil Erasmus c'est un budget qui a été doublé, nous on a une augmentation mais on a pas été doublé non plus. Mais c'est vrai que voilà, vu le contexte, c'était quand même rassurant d'avoir, de la part de la Commission, un budget qui était quand même en augmentation. Ça nous a permis quand même de savoir qu'il serait plus impactant que ce qu'il était avant.

Observation et analyse
Table ronde organisée par le CNC
« Appliquer la directive SMA : bilan d'étapes et perspectives »

Modérée par Karim Mouttalib, Directeur général de l'Institut du Financement du Cinéma et des Industries culturelles (IFIC)

Avec les interventions de :

- Madeleine de Cock Buning, Vice-présidente Public policy Europe, Moyen Orient et Afrique de Netflix
- Delphine Ernotte, Présidente de l'Union européenne de radio-télévision et Présidente de France Télévisions
- Jean-Baptiste Gourdin, Directeur général des médias et des industries culturelles (DGMIC) du ministère de la Culture
- Gudny Hummelvoll, Présidente de European producers club (EPC)
- Karim Ibourki, Vice-président du European Group of Regulators for Audiovisual Media Services (ERGA)
- Roch-Olivier Maistre, Président de l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (ARCOM)

Durée : 1h34

- intervention de Delphine Ernotte

=> remarque : Beaucoup de politiste français à la tête des instances européennes en charge de la conception des politiques audiovisuels => Catherine Trautman (Présidente du Relais Culture Europe) + Thierry Breton Commissaire Européen en charge de ces questions

- intervention de Karim Mouttalib

=> « La France à la pointe » de la directive SMA

=> « pour la France c'est très simple , il n'y a pas d'équivalent en Europe »

=> On parle plus de Canal + et France Télévision

=> le débat concerne surtout les plateformes étasuniennes

- Remarque générale

=> débat surtout centré sur les plateformes américaines et la mise en danger « de la pérennité des systèmes de financement français » => « coup d'accélération » avec la crise sanitaire

- intervention de Jean-Baptiste Gourdin

=> il est surtout question « d'encadrer et d'orienter ces investissements » pour qu'il soient conforme aux intérêts de la France (diversité / indépendance de la création)

=> l'indépendance en France, un objet majeure de défense des politiques publiques françaises (définition précise en France : indépendance capitalistique + production délégué + indépendance des critères d'exploitation + droit d'auteur « à la française ou plus exactement européen »)

=> « nos producteur européen » surtout employé pour se défendre de la globalisation (plateforme américaine essentiellement)

=> « *la directive SMA ne nous conduisait pas forcément à tout remettre à plat on a décidé de tout remettre à plat* »

=> « *le choix d'un haut niveau de financement de la création* » des taux relativement élevé comparé à ce qu'on peut trouver dans d'autres pays européens => l'intention n'est pas de favoriser nos acteurs nationaux face aux acteurs étrangers => il n'y a pas eu de baisse des financements traditionnels

=> « *équité plus que la diversité* » => ligne directrice des politiques publiques françaises

=> tous figés dans une réglementation c'est impossible nous sommes face à des acteurs et une industrie extrêmement changeante et très divers (« *des règles dont on peut s'écarter dans une certaine mesure* »)

=> *on a fait le choix structurant de défendre la production indépendante* » (aussi le choix de MEDIA)

- intervention de Roch-Olivier Maistre

=> « *la régulation est maintenant très européenne dans sa dimension* »

=> « *on a beaucoup participé à la régulation* »

=> => « *la directive SMA c'est une réglementation européenne, certes notre réglementation a pour but de protéger les auteurs français, les créateurs français mais c'est aussi une réglementation européenne qui a pour but de défendre également une exception culturelle européenne* »

=> SMA = fixe un cadre législatif d'ensemble

=> « *la France n'a aucun équivalent en Europe* » sur les systèmes de réglementation pour l'audiovisuel

- intervention de Karim Ibourki

=> « *ce qui a été mis en place en France est aussi un modèle* » = « un benchmark »

=> SMA une contribution à la création et à l'indépendance de la culture européenne

=> la participation française au dispositif SMA (et donc à la contribution à la création et à l'indépendance de la culture européenne) est la plus importante en Europe et de loin (16 % comparé à l'Italie 5 % et l'Allemagne 3%) dans les pays précisons le qui ont fait le choix de transposer la directive (soit la moitié des États membres)

- intervention de Delphine Ernotte

=> « *diversité culturelle* » = souveraineté culturelle

=> « *l'exception culturelle française interprétée par la construction européenne* » (Ernotte, 2021) = c'est à dire qu'on est « *ni totalement loi du Marché on n'est ni totalement guidée par une directive purement nationale mais on interprète au fond notre exception culturelle à l'aune de l'Europe* »

=> la balance commerciale des produits culturels en Europe est excédentaire c'est à dire que l'Europe exporte plus qu'elle n'importe => donc le poids des industries culturelles est important pourtant il est bien moins soutenu par la Commission => « *les industries culturelles pèsent plus que l'automobile* »

- intervention de Roch-Olivier Maistre

=> « *puisque'on est sous présidence française de l'Union européenne, je pense que c'est important de le dire quand même pour saluer les initiatives européennes de ces dernières années dans le champ de la culture, ça a pas toujours été le cas pour ceux qui s'intéressent à ces sujets* » => d'où l'intérêt de traiter de la question française et européenne actuelle

=> « *pendant longtemps l'Europe c'était l'empêchement de tourner rond en matière de culture, on allait à Bruxelles pour défendre nos dispositifs de soutien* » (la plupart des initiatives évoquées sont des initiatives légales)

