



Université
de Lille

Mémoire de recherche

Master mention Science politique parcours Affaires Européennes

Faculté des sciences juridiques, politiques et sociales | Université de Lille

Année universitaire 2022-2023

Le programme MEDIA : Analyse et mise en œuvre du changement d'une politique publique culturelle européenne

Perez Rémi

Sous la direction de Monsieur LEFEBVRE Rémi – Professeur des universités en sciences politiques à l'Université de Lille

Membres du jury de soutenance :

Monsieur LEFEBVRE Rémi

Monsieur ALAM Thomas

**J'ai bien connaissance des dispositions concernant le plagiat et je m'engage
à ce que mon travail de mémoire de recherche en soit exempt.**

Remerciements

Je remercie les personnes impliquées dans ce travail de recherche de quelque manière que ce soit.

Je souhaiterai remercier particulièrement Monsieur Rémi Lefebvre pour son encadrement. Ses nombreux conseils et son expérience m'ont aidé pour construire ma réflexion pendant toute cette année.

Les conseils méthodologiques de Monsieur Julien O'Miel et Monsieur Thomas Alam ont su être de véritables outils permettant le bon avancement de ce mémoire de recherche.

Ce mémoire ne serait rien sans les personnes qui ont bien voulu prendre de leur temps pour participer à mon enquête. Malgré des emplois du temps chargé et de nombreuses responsabilités ces acteurs ont répondu à mes questions avec bienveillance et transparence. Je le remercie sincèrement pour leurs témoignages ayant fait avancer ce mémoire.

Enfin, je souhaite remercier ma famille et mes amis : Céleste, Lola et Elsa pour leurs conseils et leurs relectures tout au long de l'exercice du mémoire.

À toutes et tous, Merci de votre implication.

Liste des principales abréviations

CEE : Communauté économique européenne

DG : Direction générale

EAC : Éducation et Culture

UE : Union européenne

UNIC : Union Internationale des Cinémas

VOD : Vidéo à la demande

SOMMAIRE

INTRODUCTION	7
<i>I) Les politiques culturelles de l'UE, des politiques comme les autres ?</i>	<i>9</i>
<i>II) Les représentations des intérêts un enjeu majeur pour saisir la coproduction d'une politique publique</i>	<i>11</i>
<i>III) L'enquête et sa méthodologie</i>	<i>15</i>
PARTIE 1 : LE PROGRAMME MEDIA : UN PROGRAMME SOUS TENSION IDEOLOGIQUE	20
CHAPITRE 1 : LA SOCIO-HISTOIRE DU PROGRAMME MEDIA.....	20
<i>I) Les débats autour de la genèse du programme MEDIA : entre interventionnisme et néo-libéralisme</i>	<i>20</i>
<i>II) Un renouveau en 2014 : Le regroupement de MEDIA dans Europe créative</i>	<i>26</i>
CHAPITRE 2 : LE COVID-19 UNE FENETRE D'OPPORTUNITE POUR INITIER LE CHANGEMENT D'ORIENTATION DU PROGRAMME MEDIA	31
<i>I) L'autonomisation d'action des politiques culturelles européennes source de légitimité</i>	<i>31</i>
<i>II) Un contexte révélateur des enjeux de pouvoir du programme et des luttes inter-institutionnelles du programme</i>	<i>36</i>
PARTIE 2 : LE VERDISSEMENT ET LE NUMERIQUE DEUX SOURCES PAR LESQUELLES PASSE LE CHANGEMENT.....	44
CHAPITRE 3 : LE VERDISSEMENT DES POLITIQUES PUBLIQUES EUROPEENNES	44
<i>I) Les effets délétères du « greening » sur la consultation des parties prenantes et la réinvention de la représentation des intérêts.....</i>	<i>44</i>
<i>II) Un verdissement à marche forcée, par les financements, de l'industrie audiovisuelle</i>	<i>50</i>
CHAPITRE 4 : L'ENJEU DU NUMERIQUE, UN APPROFONDISSEMENT DU PARADIGME ECONOMIQUE PAR LEQUEL PASSE LE CHANGEMENT D'ORIENTATION DU PROGRAMME MEDIA.....	56
<i>I) La pérennisation d'un paradigme économique des politiques culturelles une rupture dans la vision des politiques culturelles européennes : le cas de la distribution</i>	<i>56</i>
<i>II) Le numérique comme perspective d'avenir et de développement pour le secteur : un constat non partagé par les acteurs du secteur.</i>	<i>62</i>
CONCLUSION	67
ANNEXES :	73

Introduction

« En 2022, nous renforcerons notre soutien aux secteurs de la culture et de la création - des cinémas aux festivals - qui ont été durement frappés par la crise de la COVID-19. Grâce à notre programme Europe créative, nous mobiliserons les sommes jamais égalées de 226 millions d'euros pour l'audiovisuel (...). Nous investirons dans l'innovation et les technologies numériques, ainsi que dans de nouveaux types de contenus, allant des séries télévisées haut de gamme à la réalité virtuelle. »

Ces mots sont ceux utilisés par Thierry Breton, alors Commissaire au marché intérieur en 2022 chargé du volet MEDIA dans le programme Europe créative. Dans ce communiqué de presse de la Commission européenne, il est question du lancement du dernier programme pluriannuel 2021-2027 d'Europe créative. La construction de ce dernier volet a été perturbée par l'apparition du COVID-19. Il définit ici les priorités et objectifs de la politique culturelle européenne.

Avant toute chose il en convient de détailler ce qu'est MEDIA. C'est une politique culturelle européenne au sein du programme Europe créative. Le leitmotiv de ce programme est d'investir « dans des actions qui renforcent la diversité culturelle et répondent aux besoins et aux défis des secteurs de la culture et de la création » (Commission européenne, 2021). Ce programme vise les différents volets culturels européens. C'est pourquoi il est réparti en trois volets, le volet culture centré sur le patrimoine culturel européen et le volet MEDIA centré sur l'audiovisuel européen. Enfin, le volet trans-sectoriel qui a pour but de faire la jonction et ainsi promouvoir des projets répondant aux dimensions culturelles et audiovisuelles. Avant d'être regroupés ces programmes étaient indépendants. C'est pourquoi dans les usages du secteur le terme utilisé pour parler de MEDIA est celui du programme MEDIA et non du volet MEDIA. C'est sur cette base que nous allons étudier le programme MEDIA dans ce mémoire.

Le programme MEDIA existe depuis 1991 et il en est aujourd'hui à sa sixième mouture. Il est voté comme une composante du cadre financier pluriannuel de l'Union européenne pour une période de 6 ans. Ainsi, depuis son origine les objectifs du programme

sont de promouvoir un audiovisuel européen et favoriser sa diffusion en Europe. Cela passe par la formation de talents européens, le soutien à un réseau de salles ayant une diffusion à majorité européenne (>50% de la programmation). Depuis sa création son champ de compétence s'est élargi au fil du temps avec de nouvelles prérogatives. Le budget de celui-ci pour le dernier programme 2021-2027 est de 2,44 milliards d'euros sur 6 ans. Ce budget est en hausse de 60% par rapport au dernier programme grâce au plan de relance européen.

Le consensus énoncé était de subvenir aux besoins et répondre aux attentes du secteur face aux conséquences de la crise qui ont fragilisé le secteur avec la fermeture des salles de cinémas et l'arrêt des tournages. Ces mesures ont fragilisé leur modèle économique. Cet enjeu capté par l'ensemble du secteur est un élément primordial à prendre en compte dans l'analyse de la coproduction de cette politique publique. L'apparition de la pandémie a perturbé les enjeux initiaux du nouveau programme. C'est aussi pour l'Union européenne un moyen d'ouvrir le champ du programme à de nouveaux horizons. Comme l'explique Thierry Breton dans son discours, une toute nouvelle place est accordée aux technologies numériques. Cette dimension est ajoutée au programme comme dimension d'avenir et de développement pour le programme. Elles permettent un changement d'orientation dans la politique publique. Il est une dimension structurante de cette nouvelle mouture. C'est une rupture pour l'UE en termes d'orientation afin de continuer à défendre le point central de cette politique publique qui est la défense d'un audiovisuel européen.

Ce changement d'orientation est primordial pour comprendre la coproduction de cette nouvelle mouture. Il conditionne la position des acteurs nationaux et européens face au nouveau programme. Étant donné leurs relations et leur chemin de dépendance la position défendue n'est pas la même (Alcaud et Pire, 2006). Elles doivent être regardées avec une approche historique pour cerner au mieux leur positions dans la coproduction et face au changement. Chaque organisation selon son histoire, son fonctionnement et les membres qui la composent, a une position différente. Les divergences existent entre les institutions, les groupes d'intérêt et entre les États, chacun défendant alors sa position pour la mise à l'agenda d'une politique culturelle européenne et la dimension qui lui est donnée. C'est avec leurs différentes dynamiques et positions que la coproduction se fait. L'enjeu est d'analyser et comprendre les relations entre acteurs autour du programme MEDIA.

Ce programme européen est une politique culturelle c'est pourquoi il est intéressant d'abord de regarder ce que la littérature scientifique nous apprend sur les politiques culturelles qu'elles soient au niveau européen ou national. Cette littérature nous apprendra alors quels sont les enjeux de ces politiques, leur fonctionnement et leur mise en application.

I) Les politiques culturelles de l'UE, des politiques comme les autres ?

Au début des années 1990, l'UE se situe dans un processus d'intégration communautaire, relancé 4 ans auparavant avec l'Acte unique en 1986. Nous observons alors l'apparition de politiques culturelles au sein de l'Union européenne. Ces politiques oscillant entre dimension économique et communautaire ont suscité un intérêt académique constituant alors une base de littérature à la croisée de plusieurs disciplines.

La politiste Oriane Calligaro apporte tout d'abord un regard historique sur la construction de celles-ci (Calligaro, 2017, Introduction). Dans son analyse elle souhaite sortir de l'opposition stérile entre économie et identité. L'intérêt pour elle est de voir comment le programme MEDIA est à la fois un soutien au secteur culturel européen en défendant son modèle économique face à une concurrence extérieure (notamment les États-Unis) et l'identité européenne. Les deux ne sont pas en opposition. Les débats ont beaucoup gravité autour de la portée que devait prendre le programme. Toutefois, le statu quo entre les deux positions reste celui privilégié pour avoir mis en place ce programme. C'est donc la défense de la « diversité européenne » et de son modèle économique. Elle note toutefois une orientation économique de plus en plus importante. L'auteure reprend la notion de « *creative turn* » (Schelsinger, 2017) pour expliquer la perte de substance culturelle. C'est pourquoi elle préfère parler de « politique européenne de la culture ». La mobilisation de cette notion est centrale pour comprendre les prémices du changement montrant un équilibre précaire entre défense des identités et du modèle économique de l'audiovisuel européen.

L'enjeu économique revêt différents aspects dans les politiques culturelles comme l'explique Romain Leclerc. Ainsi, l'apparition de cette orientation des politiques culturelles est le fruit de la mondialisation (Leclerc, 2013). Du fait de la globalité du monde culturel et des rapports de forces en jeu, une régionalisation des politiques culturelles se met en place. Selon

Jean-François Polo, la formation des politiques culturelles européennes répond à une double dynamique entre intégration communautaire et création de rapport de force économique sur ce marché. Ce regard nous éclaire lorsque nous savons que MEDIA est notamment construit en opposition face aux États-Unis (Polo, 2003). Ainsi, ce contexte global est initiateur des politiques culturelles européennes. Il l'est aussi quant à leurs orientations idéologiques. Le paradigme économique s'imposant de plus en plus du fait de la mondialisation du secteur de l'audiovisuel. L'analyse fournie par Annabelle Littoz-Monnet sur le programme MEDIA rend compte de la dimension économique du programme. Elle explique le programme construit comme source de compétitivité en Europe (Littoz-Monnet, 2012). Cette littérature nous offre une vision d'ensemble des enjeux sous-tendant le programme MEDIA

L'enjeu économique ne porte pas que sur la portée du programme MEDIA, c'est aussi un enjeu dans les projets soutenus. Les projets doivent répondre à un ensemble de critères et ainsi qu'aux attentes des pays visés, ici le marché européen en premier lieu. Une analyse du processus d'attribution des subventions publiques au sein d'une municipalité a été menée par Nathalie Heinich. Dans son cas d'études, une commission décide de l'attribution de la subvention ou non à un artiste répondant à un projet (Heninch, 1997). Cette analyse s'inscrit dans l'idée que les subventions doivent aider des œuvres apportant un prestige à la nation. Comme il s'agit d'un des seuls points de notation connus, elle parle « d'académie invisible ». Par ce biais elles maintiennent une forme d'art car les artistes vont tendre à créer une forme d'art qu'ils savent valorisée. C'est le cas dans MEDIA souhaitant l'impulsion et la promotion d'œuvres coproduites à l'échelle européenne. Sur cette base nous pouvons faire un rapprochement entre les deux objets. L'octroi des subventions est dans les deux cas faites par des professionnels du secteur, une place est laissée à l'expertise. Ces commissions peuvent alors être qualifié « d'académies invisibles » à partir du moment où les personnes délibérantes ne sont pas connues publiquement ou si nous ne connaissons pas exactement les autres critères d'attribution. Ainsi, ces mêmes subventions peuvent être vecteurs d'inégalités tout comme avec « Fond Sud » (Leclerc, 2017). Ces subventions maintiennent les inégalités par l'orientation qui leur est donnée. Ainsi, les subventions offertes par des politiques publiques relèvent de nombreux enjeux et notamment économiques.

La dimension économique donnée au programme MEDIA est un fait établi et en ce sens le travail de recherche s'appuie sur cela comme une base de la réflexion. La littérature exposée

fait état de la situation sans regarder le rôle que les professionnels du secteur jouent dans la portée donnée aux politiques culturelles européennes. Or, c'est précisément l'implication de la société civile dans les politiques européennes qui en fait la spécificité. L'expertise des acteurs privés dans la construction des politiques publiques européennes fait partie intégrante du système de coproduction de l'action publique européenne (Robert, 2003). C'est cet aspect que nous allons éclairer, tout en exposant les dynamiques de cette politique. Les groupes d'intérêt font partie intégrante des politiques publiques européennes par les actions menées. Nous allons ici voir le rôle que peuvent jouer les groupes d'intérêt dans ce processus ainsi que leurs positions à défendre selon le contexte général.

II) Les représentations des intérêts un enjeu majeur pour saisir la coproduction d'une politique publique

Les pratiques de lobbying des groupes non-institutionnels restent un angle d'analyse peu développé dans la littérature compte tenu de leur importance pour l'obtention des fonds (Alcaud et Pire, 2006). Une analyse des parties prenantes semble indispensable à la compréhension du développement de cette politique culturelle.

L'analyse de Hélène Michel (Michel, 2013) sur l'organisation BusinessEurope qui était jusqu'en 2007 l'UNICE (Union of industrial and employers' confederation of Europe) apporte un élément de réponse. Elle regarde sa place dans ses relations avec l'UE. Elle l'analyse à contre-pied de l'analyse habituelle en regardant son rôle d'intégration. Grâce aux relations bilatérales entre la Commission européenne et l'UNICE, l'organisation devient un canal de mise en œuvre de la gouvernance européenne dans le domaine des organisations patronales. Elle montre une institutionnalisation de l'organisation du fait de sa place d'intermédiaire privilégié. Cette institutionnalisation passe par un financement de l'organisation par la Commission européenne. L'apport de cette littérature à ce projet de recherche donne des clés pour analyser les organisations faisant du lobbying pour le programme MEDIA. Il existe des similarités entre l'UNICE et l'European Film Academy car tous les deux sont en partie financés par l'UE et participent à l'élaboration des programmes. Cet article nous éclaire alors sur la gouvernance des politiques publiques avec une nouvelle approche de la sociologie des lobbies en ne voyant pas juste les lobbies ayant des actions ponctuelles sur un point précis mais dans un travail à long terme. Cette action dans le temps long est intéressante à prendre en compte

dans l'action que peuvent mener les groupes d'intérêt du secteur audiovisuel en tant que permanent du champ de l'eurocratie. Leur qualification de permanent émane de leur ancrage historique et leur implication de long terme.

Un pan de la littérature sur les groupes d'intérêt s'est aussi intéressé à la genèse des organisations patronales européennes (Laurens et Michel, 2012). Les auteurs rendent compte de 3 phases de développement de ces organisations. Leurs formations reposent dans les années 1960 sur une transposition des modèles nationaux au niveau européen avec les pays membres. S'en suit dans les années 1970, un élargissement du nombre de pays concernés sans qu'ils soient forcément au sein de le CEE. Il est noté une transformation morphologique. Dans les années 1980-86, il est observé une augmentation du nombre d'organisations affiliés. Le processus final de construction de représentation des intérêts au niveau européen répond à un affichage européen de l'organisation avec une évolution de sa structure pour s'adapter à celles des DG européennes. Cette analyse éclaire la construction des lobbies européens de l'industrie cinématographique. Leur apparition est plus récente que les industries de l'étude car le programme est arrivé plus tard mais le texte nous apporte des clés de lecture sur leur apparition. Leur processus est plus rapide mais suit un schéma similaire à celui développé avec majoritairement des groupes européens représentant une partie du secteur dans tous les pays du programme.

Une autre analyse porte sur le rôle de la bureaucratie européenne comme impulsion de ces groupes d'intérêt (Mazey et Richardson, 2002). La construction de ce système repose, selon Sandholtz et Stone Sweet, sur la « théorie de la gouvernance supranationale » (Sandoltz et Stone Sweet, 1997) où le niveau européen en augmentant les transactions, institutionnalise une société transnationale (lobbies, experts, entreprises etc). Selon les auteurs, ce système crée un cercle vertueux par le fait qu'il y ait « une expansion des tâches ou de l'autonomie des organisations supranationales créent des opportunités pour l'action politique, que les acteurs et les groupes chercheront à exploiter, accroissant ainsi la société transnationale ». Cette idée est intéressante pour comprendre comment les institutions vont développer des moyens d'institutionnalisation des lobbies européens comme canaux privilégiés de discussion. L'article (Mazey et Richardson, 2002) explique comment le Parlement européen et la Commission européenne sont devenus des espaces de dialogue notamment par une politique

d'institutionnalisation avec des règles formelles et informelles. Elles permettent la création d'une dépendance commune, leur « culture de la consultation » est due selon McKenzie au fait que les groupes d'intérêt sont vus comme « des courroies de transmission » entre les citoyens et les dirigeants. La création de compétences communautaires crée un intérêt pour les lobbies. Cela éclaire sous un autre angle comment les lobbies de l'audiovisuel sont arrivés dans le champ européen. Du fait des réunions référencées, nous pouvons aussi supposer des liens de dépendances entre institutions et lobbies et se demander comment des lobbies ont obtenu un accès plus important aux institutions.

Ainsi, il est montré de part cette littérature que l'action des groupes d'intérêt est le plus souvent analysée selon les secteurs d'activités dominants de l'UE. Le domaine culturel présente des similitudes mais répond aussi à des dynamiques différentes. Toutefois ? l'interprétation qu'en fait l'UE peut être une conséquence de son orientation. Ce mémoire expose comment les groupes d'intérêt tentent d'orienter les politiques publiques européennes selon leurs intérêts ou alors comment ceux-ci s'adaptent au changement d'orientation des politiques culturelles de l'audiovisuel.

Les lobbies ne sont pas les seuls acteurs pouvant être moteurs d'une politique européenne. Les pays en leur qualité d'États membres de l'UE peuvent aussi pousser à la création de celle-ci (Lombard, 2022). La place de ces programmes occupe, selon l'auteur, une place de plus en plus importante dans le développement de la culture européenne. Toutefois, le développement de telles politiques s'est fait sous l'impulsion de certains États. L'auteur décrit comment le ministère français de la culture a pu, par sa « position particulière dans le continent du fait de son ancienneté et de l'importance de ses missions et de ses moyens [...] jouer un rôle moteur dans l'adoption des programmes de soutien comme dans celle des réglementations. » Cette impulsion française avait pris la forme d'un « conseil de la culture informel » soutenu par les ministères de la culture grec et français (Calligaro, 2017). Cette origine française se retrouve dans la construction du programme MEDIA qui est, dans une certaine mesure, une transposition du schéma français (Winsback, 2019). Cette impulsion n'est pas sans opposition à l'image des Pays-Bas et des pays scandinaves dans le cas du programme « Culture 2000 ». Le terme de « politique » voulant alors être remplacé par « coopération ». Cette volonté suivait la peur d'avoir une trop grande implication dans les affaires du pays en la matière. Cette

littérature fait état de comment les États peuvent aussi se retrouver des moteurs dans la construction des politiques culturelles. Elle décrit des tensions entre États qui paradoxalement souhaitent une intégration dans de nouveaux domaines sans contrevenir à leur prérogative. Ainsi, les politiques culturelles suivent un schéma classique de l'intégration européenne.

Notre réflexion s'appuie sur ces écrits et a pour but de les compléter en montrant que l'importance des États à l'origine est aujourd'hui fondamentale dans la construction des alliances poussant au développement du programme MEDIA. La vision culturelle nationale de chaque pays se reflète dans les groupes d'intérêt selon leur origine nationale. C'est en ce sens que ce mémoire peut éclairer un angle mort de la littérature en montrant l'orientation des groupes d'intérêt et les positions défendues sur MEDIA selon leurs membres et leurs nationalités.

Cette littérature met en évidence les rapports inter-étatiques quant à la création de programmes culturels de l'audiovisuel. Il est aussi question de l'enjeu économique au sein des États membres et pour les institutions de l'Union européenne. Il faut alors repositionner toutes ces relations dans le cadre de l'organisation du programme (Crozier et Friedberg, 1977). En s'appuyant sur l'analyse de Crozier et Friedberg, il est intéressant de replacer les acteurs dans le « système » qu'est MEDIA et son fonctionnement. Comme les auteurs le montrent, c'est alors un moyen d'analyser les relations de pouvoir entre les acteurs. Les « zones d'incertitudes » offrant alors une position dominante dans le système, sont un enjeu de contrôle et de pouvoir. C'est notamment le cas pour la coproduction du programme MEDIA. Les auteurs définissent ces relations de pouvoir comme « relation d'échange, donc réciproque, mais où les termes de l'échanges sont plus favorables à l'une des parties en présence ». Cela est la conséquence de ces zones d'incertitudes, que chaque acteur a intérêt à maîtriser dans le cadre de la coproduction de politiques publiques. Dans ce travail de recherche, il est tout à fait intéressant de positionner les acteurs dans le cadre de leur système et d'analyser leurs positions pour être dominant dans leurs relations de pouvoir. Ainsi, dans un contexte de changement, chaque acteur est face à des opportunités et des contraintes qu'il est intéressant de mettre à jour pour comprendre les positions des acteurs. Cet élément est révélateur des enjeux autour du changement dans une politique publique. Pour permettre une telle action il faut prendre en compte de nombreux paramètres qui compliquent cette action (Hassentuefel, 2021). Ce changement est compliqué

du fait que les politiques publiques sont inscrites dans une « *path dependency* », les acteurs impliqués dans cette politique publique sont réfractaires ou initiateurs selon les gains ou pertes qu'ils peuvent en tirer. Il fait aussi état du jeu institutionnel que l'on pourrait qualifier de « système » au sens de Crozier. Ainsi, tous ces enjeux sont autant de paramètres à prendre en compte pour arriver à changer l'orientation d'une politique publique.

Ce projet veut apporter une réflexion quant à la participation des groupes d'intérêt dans la définition des politiques culturelles de soutien à l'audiovisuel européen et notamment la défense de leurs positions, l'intérêt étant de combler un angle mort de la littérature sur ces questions dans le cadre des politiques culturelles européennes. Tout comme des groupes d'intérêt peuvent agir sur les pouvoirs publics dans la mise à l'agenda d'une politique publique, dans le cadre européen, ces actions s'ajoutent aux positions des États avec chacun des visions différentes de ces politiques. Toutefois le rôle que jouent ces groupes dans les politiques culturelles se trouve souvent sous-analysé.

III) L'enquête et sa méthodologie

De ce fait, l'énigme à résoudre porte sur le cadre global des politiques culturelles de l'Union européenne et des négociations pluriannuelles, tout en y intégrant le paradigme économique qui impulse ces mêmes politiques culturelles qui peut être source de contraintes, d'opportunités mais aussi de changements.

De ce postulat, la problématisation de cette idée passe par la recette fournie par Cyril Lemieux (Lemieux, 2012). Dans ce chapitre il explique comment mettre en énigme et questionner l'ordinaire. Ainsi, selon lui, il faut prendre un constat partagé par des individus et les déductions qu'il est possible d'en tirer. Leur trouver une contradiction qui se base sur des faits empiriques. A la suite de ce processus il en convient de comprendre comment ce ou ces constats partagés peuvent être véridiques. C'est en utilisant ce processus que notre analyse veut rendre compte des conditions permettant le changement d'orientation d'une politique publique. Tout changement, que ce soit dans la vie politique ou personnelle implique l'abandon (progressif ou non) d'une idée au profit d'une autre. Ainsi, le choix du paradigme économique et numérique des politiques culturelles de l'audiovisuel implique un positionnement des acteurs

pour ou contre ce changement. Le positionnement n'est jamais ni tout blanc ni tout noir mais il laisse deviner des tendances de fond. Ce sont ces tendances que ce mémoire veut mettre en lumière. Ces tendances révèlent les clivages en place et donc la position des acteurs. La co-construction du programme MEDIA semble être une dimension incontournable pour voir les positions défendues. Il est question aussi du Covid-19 et de l'opportunité que cet événement a représentée pour approfondir le changement d'orientation déjà initié.

Ce mémoire vient alors questionner les conditions favorisant le changement d'orientation d'une politique européenne par l'analyse de ce processus au sein du volet MEDIA du programme Europe créative. Il vient se positionner au croisement de nombreuses disciplines pour interroger les conditions permettant le changement et sa caractérisation dans le programme MEDIA. Nous verrons comment le Covid-19 fût un moment charnière pour amener de nouvelles dynamiques comme le numérique et le verdissement du programme MEDIA.

Pour trouver des réponses à ces interrogations l'enjeu est de réaliser une enquête de terrain avec les acteurs ayant participé aux débats et ayant défendu leurs positions sur ces enjeux. Le but est aussi de comprendre les raisons de leurs positions.

L'enquête s'est essentiellement faite par des entretiens semi-directifs (**Annexe 1**) auprès des acteurs du secteur. Le registre de la transparence de la Commission européenne a offert un panorama des personnes à interroger. Ainsi, nous voyons quels représentants du secteur rencontrent quels membres de la Commission. La construction des entretiens s'est faite selon les informations trouvées sur le site de la transparence et selon la documentation que leur organisation fournit (rapport d'activité, compte rendu ou communiqué de presse). Ces documents offraient des informations quant aux positions défendues par les groupes d'intérêt et donc visaient à mieux orienter les questions à poser.

Il convient aussi d'analyser la littérature pour voir les enjeux généraux autour des politiques culturelles et notamment celles européennes. Compte tenu du faible budget du programme les groupes d'intérêt ont des moyens plus ou moins proportionnels aux enjeux financiers. Ce sont donc majoritairement des petits groupes d'intérêt ayant entre 2 et 5

employés. Les personnes interrogées avaient donc souvent le titre de directrice générale. Concernant la Commission deux personnes ont pu être rencontrées chacune venant d'une des DG en lien avec le programme MEDIA (CONNECT et EAC).

De plus, l'accès au terrain s'est montré plus facile que prévu. Nous pouvons avoir tendance à penser que le milieu de l'audiovisuel ou des affaires européennes est fermé. Les entretiens se sont bien déroulés loin des préjugés d'entre-soi et d'élitisme de ces milieux-là. Les enquêtés se sont alors montrés ouverts à la discussion et nous avons pu discuter du programme ensemble de manière sincère et ouverte. Tous les entretiens ont pu être enregistrés avec l'accord des enquêtés, ce qui permet de les analyser du mieux possible.

Le profil des enquêtés est similaire en de nombreux points. Ce sont majoritairement des femmes (5 femmes contre 1 homme interrogé) (**Annexe 2**). Tous ont eu des expériences diverses avant d'occuper leur poste actuel. Toutefois, elles sont principalement dans le domaine culturel. Ainsi, tous connaissent bien le secteur et ont travaillé dans celui-ci avec une dimension européenne. Ce sont des habitués du fonctionnement de l'UE. Ils disposent ainsi des capitaux nécessaires pour travailler dans la bulle européenne. Avec les enquêtés les points communs sont un intérêt pour l'audiovisuel et sa politique de soutien dans l'UE. C'est notamment cet intérêt commun qui a facilité l'accès au terrain car le point central de nos entretiens est partagé par tous.

L'enquête s'est alors principalement déroulée à Paris et Bruxelles entre janvier et mars 2023. Les entretiens ont été conduits avec une grille d'entretien puis analysés. Un point a été sous-évalué, celui du budget alloué à l'enquête. Au moment d'entrer sur le terrain et d'aller interroger les enquêtés, la problématique du financement s'est invitée. C'est à ce moment que les mots de Kevin Geay, dans « Enquête chez les bourgeois », ont raisonné de manière singulière (Geay, 2017). Dans son ouvrage, il explique que dans son cas l'accès au terrain s'est trouvé entravé par des barrières économiques. C'est en ce sens que l'accès au terrain dans ce mémoire s'est trouvé le plus complexe. L'aspect financier est un facteur important lorsqu'il faut réfléchir à la faisabilité d'entrer sur le terrain.

Cependant, l'aspect financier n'est pas le seul obstacle qu'il est possible de rencontrer pendant l'enquête. Un point qui n'est pas à négliger est le fait que les acteurs que nous rencontrons sont des personnes avec un agenda chargé. Malgré cela la prise de contact s'est faite assez facilement. C'est après, au moment de l'entretien que cela s'est fait ressentir. Ainsi, il est arrivé par deux fois que le rendez-vous soit oublié par les enquêtés. La situation est délicate d'autant plus si nous avons fait le déplacement. C'est pour cela, qu'il ne faut pas hésiter à reprendre contact quelques jours avant le rendez-vous pour se faire rappeler et ainsi éviter ces situations.

De plus, en réalisant cette enquête nous avons dû rester le plus neutre possible et donc nous éloigner de notre conception du soutien à la culture. En effet, du fait de notre origine celle-ci se rapproche le plus de celle défendue par les groupes d'intérêt. C'est pourquoi nous avons toujours menés les entretiens en gardant cela à l'esprit.

Dans une première partie, ce mémoire s'attachera à exposer le programme MEDIA, son fonctionnement et les enjeux qui le caractérisent tout au long de son histoire jusqu'au changement d'orientation au moment du Covid-19. Répondant aux enjeux et conditions d'existence d'une politique culturelle. Cette enquête vise tout d'abord à questionner la socio-histoire du volet MEDIA du programme Europe créative (Chapitre 1). Il est question de la genèse du programme, les enjeux et débats entourant sa construction dans la deuxième partie des années 80 (I) et ensuite voir son évolution jusqu'au programme qu'il est devenu aujourd'hui avec l'année charnière qu'est 2014 et le regroupement des politiques culturelles dans Europe créative (II).

Ensuite, une attention est accordée au choc exogène qu'est le COVID-19 et comment c'est un événement source d'opportunité initiatrice de changement (Chapitre 2). Il représente une opportunité pour les pouvoirs publics afin d'orienter cette politique publique différemment amenant alors à une autonomisation des politiques culturelles européennes comme source de légitimité (I) révélant alors les enjeux de pouvoirs entre les institutions avec des stratégies différentes entre le Parlement et la Commission européenne quant à la consultation des parties prenantes (II).

Dans une seconde partie, il sera question des modalités de mise en forme de ce changement et ses conséquences sur l'industrie audiovisuelle. Il se met en œuvre avec une première partie plus générale à l'ensemble des politiques avec un verdissement ou « *greening* » des politiques publiques européennes (Chapitre 3). Celui-ci a reconfiguré les relations des institutions avec les parties prenantes et l'ensemble des acteurs du secteur de l'audiovisuel (I), mais il a aussi pour conséquence d'opérer un changement à « marche forcée » sur l'industrie touchant directement aux subventions accordées (II).

Enfin, ce changement prend la forme de l'orientation des politiques culturelles de l'audiovisuel vers leurs dimensions numériques. Le numérique est souvent présenté comme une raison du changement car il reconfigure le milieu de l'audiovisuel (Chapitre 4). Ce changement a pour effet d'ancrer le paradigme économique dans les politiques culturelles européennes (I) symptôme d'une incompréhension quant aux perspectives de développement offert par le numérique, entre le secteur et les institutions européennes (II).

Partie 1 : Le programme MEDIA : un programme sous tension idéologique

Tout d'abord, nous veillerons à mettre en évidence l'origine du programme MEDIA et des différentes tensions, principalement idéologique, portant sur la dimension donnée aux politiques culturelles de l'UE (Chapitre 1). Ce mémoire veillera à exposer le programme MEDIA dans son ensemble avec sa genèse, ses actions et les débats qui ont marqué sa construction tout du long. Une attention toute particulière sera accordée au contexte de la pandémie du Covid-19 comme un moment charnière dans la dynamique du programme et de l'orientation qui lui sera donné (Chapitre 2).

Chapitre 1 : La socio-histoire du programme MEDIA

Le programme MEDIA est le fruit d'un compromis politique à l'issue de nombreux débats à la fin des années 1980 faisant partie de tout un ensemble de mesures participant à la relance de l'intégration européenne (I). Ces nombreux débats quant à la dimension donnée au programme MEDIA prenant alors fin en 2014 et le basculement du programme MEDIA dans le porte folio de la DG Connect se composant notamment du marché intérieur ou encore de l'aérospatial (II).

I) Les débats autour de la genèse du programme MEDIA : entre interventionnisme et néo-libéralisme

Tout d'abord, la volonté de doter l'Union européenne, anciennement la CEE, d'une politique culturelle de l'audiovisuel apparaît bien avant la création du programme MEDIA en 1991 (Polo, 2003). Nous observons tout un travail en amont d'une lente prise en considération des enjeux audiovisuels européens. Le traité de Rome de 1957 instaurant la CEE n'ayant pas défini le champ précis de ces politiques, il existe une zone d'ombre sur le domaine auquel sont rattachés ces politiques. C'est pourquoi 3 DG vont investir le sujet. Dès les années 60, la DG III « marché intérieur » va statuer 4 directives permettant la mise en place d'un marché commun de l'audiovisuel. Ces mesures visent à réduire les entraves à la réalisation. Elles sont élaborées

en commun avec la DG « concurrence ». Cette focalisation sur leurs dimensions économiques sans regarder leurs dimensions culturelles ont pour effet de rendre la production audiovisuelle comme dépendante des prérogatives du marché intérieur. C'est alors la doctrine libérale promue dans le traité de Rome qui prédomine dans ces directives.

Toutefois, « les arrêts Sacchi du 30 avril 1974 et Debaue du 18 mars 1980 » (Polo, 2003) portant sur la radiodiffusion rapporte sur le devant de la scène le besoin de construire un cadre réglementaire pour les œuvres audiovisuelles. En effet, ces deux arrêts permettent l'ouverture des services de radiodiffusion et donc apportent le besoin d'une harmonisation entre les pays. Étant donné le passif de la DG « marché intérieur » ces actions paraissent légitimes à être portées par celle-ci car étant la continuité de la « logique libérale » qui oriente la construction européenne. Cependant, en parallèle de ces activités-là, des questions autour de l'audiovisuel sont soulevées au sein de la DG X « Information et communication » avec une cellule d'expert du cinéma. La volonté portée est de voir le cinéma comme un vecteur d'intégration pour la CEE. L'objectif est d'amener la question de la CEE dans celui-ci et en même temps faire valoir les enjeux du cinéma aux dirigeants de la CEE (Polo, 2003). Cette initiative se solda par un échec mais elle révèle la force de la Commission européenne à rendre public certains questionnements. Cette initiative a manqué du soutien des États membres et il y avait aussi le manque d'un service compétent en la matière. Nous observons alors, dès le début des débats autour des DG compétentes sur ce sujet. L'audiovisuel est un secteur pouvant être appréhendé sous différents angles. C'est pourquoi différentes DG se saisissent du sujet.

Plus tard, à la fin des années 70, une nouvelle impulsion sera donnée aux politiques de l'audiovisuel. L'émergence d'une télévision européenne, pas seulement pour promouvoir la CEE mais aussi pour créer une identité européenne forte apparaît. En parallèle de ces actions d'autres sont menées sur le cinéma. Les personnes à la tête de ces revendications sont alors Jacques Lang, alors ministre de la Culture en France, et les professionnels du secteur (Polo, 2003). Ils portent ensemble la volonté de construire une politique publique interventionniste pour le domaine de la culture à une échelle européenne. Seule la proposition portant sur l'audiovisuel européen n'est pas écartée et est problématisée de façon à questionner la place que doit occuper la culture dans l'intégration communautaire. Cette volonté sera portée par Robert Grégoire un fonctionnaire européen. Tout au long de sa carrière il tentera d'amener la

question des politiques audiovisuels dans le champ de la Commission européenne. Concernant les politiques culturelles deux lignes se dessinent et s'opposent. Une plus libérale prônant qu'il ne faut pas avoir de politiques culturelles communautaires pouvant amener à un « dirigisme artistique ». Quant à la deuxième ligne elle soutient la promotion des productions culturelles comme source des identités européennes. De ces deux visions en ressort alors un compromis qui sera la source de départ du programme MEDIA. Le programme s'est construit sur cette ambivalence constante entre les deux visions. Cette même opposition du passé se trouve être une constante dans les débats autour des politiques culturelles. Les visions libérales et interventionnistes n'étant pas d'accord sur la ligne à adopter. Pour développer ces politiques Robert Grégoire va essayer de trouver des relais au sein des institutions. C'est ainsi que se forme des liens étroits avec le Parlement européen tous les deux cherchant à mettre à l'agenda cette politique publique.

Pour se faire, le soutien des États est primordial. C'est pourquoi Robert Grégoire va s'appuyer sur le « conseil de la culture informel » initié par les ministres français et grec de l'époque, Jack Lang et Melina Mercuri (Calligaro, 2017). C'est ainsi qu'au début de l'année 1985 est portée une première proposition visant à soutenir la production cinématographique européenne. Toutefois, elle est refusée au niveau du conseil des ministres. Cette proposition est la porte d'entrée au futur du programme MEDIA car ouvrant alors la possibilité à de nouvelles propositions de politiques culturelles. Ce sera notamment grâce à un contexte politique favorable que nous verrons l'aboutissement de MEDIA. En effet, en 1985 c'est l'arrivée de Jacques Delors à la présidence de la Commission européenne et de l'italien Ripa di Meana à la tête de la DG X (Polo, 2003). Dès son investiture Jacques Delors met la culture au centre du projet européen. C'est dans ce contexte que la DG X se retrouve avec des compétences culturelles. Il y a un véritable parti pris politique de la part de Jacques Delors car à la suite de la publication du livre vert portant sur l'Europe de la Culture les oppositions entre la DG III et la DG X s'étaient alors affirmées. Avec ce choix, Jacques Delors privilégie la vision interventionniste. Ses oppositions portaient toujours sur la dimension que doivent prendre les politiques culturelles et leur degré d'intégration communautaire culturelle, avec le débat sur la représentation d'une culture européenne ou non au service du projet européen. C'est ainsi qu'après l'échec du programme de soutien à la coproduction, un projet communautaire plus global de soutien à l'audiovisuel est envisagé. Une professionnelle de la

télévision, universitaire spécialiste de l'audiovisuel, intègre en 1986 le service pour élaborer ce projet appelé MEDIA.

C'est donc le début de la création d'une politique culturelle européenne qui est le fruit d'un arrangement politique. Ainsi, le groupe audiovisuel travaillant jusque-là dans la DG III et transféré dans la DG X en 1989. En plus des affaires culturelles transférées précédemment, les compétences de l'audiovisuelles sont aussi transférées. C'est la consécration du modèle visant à promouvoir une exception culturelle européenne privilégiant alors l'idée selon laquelle les œuvres audiovisuelles européennes ne sont pas des biens comme les autres. La construction du programme est l'aboutissement d'une vision des politiques culturelles européennes favorisant une approche par la culture et la défense des cultures européennes.

On observe dans notre cas une véritable force de proposition de la part de la Commission européenne venant défendre et promouvoir les politiques culturelles européennes. Toutefois, cette politique s'inscrit dans un cadre plus large des politiques publiques où il est question pour les instances européennes d'arriver à élargir leur champ de compétences. Avant 1992 et le traité de Maastricht la CEE n'avait pas de compétence en la matière pourtant elle a investi ce domaine avant qu'il lui soit permis. La Commission est alors véritable source de proposition et vient investir ce champ dans lequel elle n'a pas de légitimité (Polo, 2003) car elle n'a pas de base légale d'action. La Commission fait preuve d'une véritable force d'anticipation (Garraud, 1990) en investissant ce domaine dès les années 60. Ce sont eux par l'investissement de ce domaine qui vont faire émerger des groupes d'intérêt européens cherchant à s'organiser pour défendre leurs intérêts et leur vision des politiques culturelles. De plus, cette mise à l'agenda permet de développer de nouveaux services au sein de la Commission européenne avec de nouvelles compétences. C'est tout un développement hors des traités sans qu'une demande sociale des politiques culturelles soit clairement exprimée en la matière.

Ainsi, le programme MEDIA se met en place pour la première fois en 1991 (Polo, 2003). Il a pour objectifs de soutenir la coproduction cinématographique européenne et sa diffusion en salle. Ce sont aujourd'hui des politiques qui sont toujours au centre du programme MEDIA. Notamment la coproduction d'œuvres audiovisuelles est un point central pour obtenir

les subventions offertes par MEDIA, elle se retrouve dans 85% des projets financés par le programme (Commission européenne, 2021). Le support par la diffusion passe par le soutien à l'association Europa Cinéma qui subventionne et soutient des salles qui ont une programmation à plus de 50% européennes. C'est ainsi que se traduit par les actions la « consécration de l'exception culturelle » (Polo, 2003). L'exception culturelle européenne est alors défendue avec un soutien spécifique aux œuvres audiovisuelles européennes. Les subventions touchent principalement leur production, leur diffusion et leur distribution. Le modèle promu est à fort caractère européen. C'est-à-dire qu'une œuvre doit avoir le potentiel d'être visionnée dans plusieurs pays européens et donc de toucher un public large. La dimension européenne est au cœur des subventions de MEDIA, c'est l'essence même de son existence.

« Alors déjà l'ambition du programme à sa naissance c'était vraiment d'accompagner l'audiovisuel européen et surtout l'idée première de MEDIA c'était la circulation des films européens en Europe. [...] MEDIA est fait pour permettre à la coopération à un niveau européen donc c'est clair que quand on parle d'audiovisuel le premier levier de coopération c'est la coproduction. Le pari de MEDIA c'est de dire si on a des films qui sont coproduits alors on a des films qui travaillent sur une plus-value européenne réelle du projet. Donc, une possibilité de circuler. Ça veut dire que s'il est pensé dans une logique de coproduction il sera pensé dans une stratégie de distribution, qui sera pensée pas pour un seul pays mais à minima pour les territoires de coproduction »

Entretien Margaux Lacoste, Relais Culture Europe, 26 janvier 2023

La politique culturelle européenne menée permettant ce soutien à l'audiovisuel européen est alors « strictement subordonnée au principe de subsidiarité » (Calligaro, 2017). Le respect de ce principe est une condition des États pour éviter l'émergence d'une culture européenne qui effacerait alors les spécificités nationales de chaque pays. C'est pourquoi nous avons une fragmentation du programme avec différents relais nationaux venant s'occuper de nombreuses affaires de MEDIA comme les appels à projets. Cette organisation est issue d'un arrangement politique entre les États pour toujours avoir une maîtrise des actions menées. Cependant, cela ne bloque pas les aspirations européennes que souhaite développer et valoriser le programme. En effet, la dimension européenne des œuvres culturelles est le point central de la politique menée. La dimension européenne est à la fois source de débats mais aussi indispensable pour être reconnue comme un acteur légitime à agir et pas seulement un acteur subventionnant un champ déjà investi.

Le fait d'être légitime à agir et être perçue comme légitime à agir est crucial pour l'UE. La construction de ses politiques culturelles s'est faite en parallèle des politiques culturelles du Conseil de l'Europe qui elles sont plus ancienne (1949). L'UE s'engage alors un domaine déjà investi par celui-ci et a besoin de trouver sa propre voie. L'UE va alors se promouvoir un patrimoine et une culture que nous pouvons qualifier de « culture légitime » (Bourdieu, 1979). Ce concept développé par Bourdieu nous apprend que selon ce principe seul certains pans de la culture mériteraient d'être subventionnés et valorisés par des subventions publiques. Cela établit une hiérarchie au sein des activités culturelles. Ainsi, les premières activités valorisées par l'UE sont caractéristiques de ce concept. Aspirant à une plus grande intégration politique les promoteurs d'une Europe de la culture choisissent de valoriser un patrimoine culturel commun et élitiste. Cette idéologie se traduit par des actions menées comme le projet « Raphaël ». Toutefois, la définition du patrimoine étant trop étroite, seule une « culture haute » a été promue (Calligaro, 2017). Au sein de l'UE cette vision est le fruit d'une grande impulsion française sur la manière dont mener l'action publique dans le domaine de la culture. Les moteurs de ces politiques ont souvent été des « *policy* entrepreneurs français » (Litzo-Monnet, 2003) favorisant alors cet ancrage de la « culture haute ». Cette vision fût défendue un temps par le Conseil européen mais vite abandonnée. Dans les années 1970, un recentrage s'opère et le Conseil Européen va être dans une optique de promotion de la diversité des cultures européennes centrée sur des enjeux socio-économiques de développement. Les logiques de construction politique de ces politiques ne sont pas les mêmes. Toutefois, l'orientation économique qui se présage n'enlèvera pas la volonté de l'UE d'utiliser la culture comme un vecteur d'intégration communautaire européen (Calligaro, 2017).

Cela vient conforter le fait que comme l'avait montré Jean-François Polo la victoire de la diversité culturelle au sein de MEDIA est dans la continuité des actions promues par l'UE au moment des années 1990. La promotion de cette « culture haute » (Bourdieu, 1979) va alors continuer d'exister au sein des instances européennes. Néanmoins, les politiques de l'audiovisuel vont prendre un autre tournant dans les années 2000. Comme nous venons de le mentionner le caractère économique de celles-ci va changer leur logique d'intervention sans pour autant changer la logique d'unification et de construction d'une identité européenne en arrière-plan.

Ainsi, les politiques culturelles apparaissent comme complexes à appréhender au niveau supranational car le transfert de compétences risque pour certains pays celui-ci risque selon eux d'être accompagné d'un transfert d'identité. Défendant alors la primauté des identités nationales sur celles européennes. Ce débat s'achève avec la pérennisation du programme MEDIA dans la DG CONNECT avec une affirmation de la dimension économique des politiques culturelles.

II) Un renouveau en 2014 : Le regroupement de MEDIA dans Europe créative

En 2014 s'opère alors un changement d'organisation dans les politiques culturelles de l'UE. A cette occasion les 2 politiques culturelles de l'UE que sont MEDIA et Culture vont être regroupés dans un même ensemble. C'est la naissance du programme Europe créative. Comme nous venons de le dire il regroupe les deux programmes précédemment cités et c'est aussi le développement d'un troisième volet trans sectoriel visant à faire le lien entre les deux entités. Ce changement s'accompagne d'une nouvelle répartition des portefeuilles entre les DG. C'est ainsi que le volet MEDIA se retrouve dans la DG du marché intérieur, Connect et le volet culture et la direction d'Europe créative dans la DG éducation jeunesse culture et sport, EAC. Cette répartition est source de nombreuses critiques mais traduit surtout un mouvement de fond plus important quant à la dimension des politiques culturelles européennes. En effet, cette répartition révèle la place de plus en plus importante que prend la dimension économique et du besoin de compétitivité des politiques culturelles (Calligaro, 2017, Introduction). Oriane Calligaro analyse les politiques publiques européennes sans vouloir opposer dimension économique et culturelle. Elle veut rendre compte de la plus grande complexité qui les traverse en étant ni totalement économique ni totalement la promotion d'une culture communautaire mais bien qu'elles soient un peu les deux. Comme nous l'avons vu elles sont se sont construites sur cet équilibre précaire (Calligaro 2017, Introduction).

L'analyse des politiques culturelles européennes uniquement sous leur angle économique ou uniquement sous leur angle de « promotion des identités culturelles » ne rend pas bien compte des enjeux qui les traverses. Toutefois, elle permet de rendre compte de cet

oscillement constant entre ces deux dimensions. Dans son analyse elle reprend la notion de « glissement paradigmatique » (Littoz-Monnet, 2015) démontrant une place de plus en plus importante de l'approche économique et compétitive. Cette volonté est portée dans la globalité des politiques de l'UE notamment avec la stratégie de Lisbonne (2000) et Europe 2020 (Calligaro, 2017, Introduction). Ces deux stratégies avaient comme objectif de rendre l'économie européenne comme « la plus compétitive au monde ». De ce fait toutes les actions que l'UE défend et promeut doivent répondre à cet objectif de compétitivité sur la scène internationale. Les politiques culturelles sont un enjeu de soft power face aux puissances étrangères donc MEDIA n'échappe pas à cette règle. C'est pourquoi nous voyons une place de plus en plus importante accordée au caractère économique des politiques culturelles. La tendance qui apparaît est le développement progressif de la dimension économique. Ce développement va se caractériser par un oscillement des compétences audiovisuelles entre différentes DG.

« Ça n'a rien de nouveau, ça date de 2014 et je dirais même que le programme Europe créative, je crois que bon le volet culture lui a toujours été à la DG éducation et culture. Mais le programme MEDIA lui il a été déjà dans le passé du côté de l'information qui est l'ancienne appellation de la DG Connect sous la commissaire Reding. Donc non, ce n'est pas du tout choquant si on prend en compte d'une part que le programme MEDIA et le programme culture étaient séparés dans le passé. C'était 2 choses distinctes et ils ont été rassemblés en 2014. La base juridique des 2 programmes étaient différentes le programme MEDIA était basé sur une base industrielle le programme culture sur une base culturelle »

Entretien Emmanuel Joly, DG Connect, 17 février 2023

Ce n'est donc pas la première fois que le programme MEDIA change de DG. Ce changement avait déjà eu lieu auparavant pour une durée plus courte. Ici ce changement semble alors définitif. Il s'illustre par une dynamique structurelle des politiques culturelles européennes qui font face à un « *creative turn* » (Schlesinger, 2017). L'auteur fait un parallèle entre la situation au Royaume-Uni et dans les instances européennes car selon lui l'angle d'approche qu'il observe a des résonances à ce niveau aussi. C'est pour lui le fait que les politiques culturelles soient prises dans une approche essentiellement économique. Le « *creative turn* » vient alors analyser comment les pouvoirs publics voient la création artistique comme une source de compétitivité et de développement et non plus seulement comme étant

la création d'œuvres culturelles. Ainsi, dans notre cas de figure la source de développement économique est l'adaptation du secteur aux enjeux du numérique expliquant le basculement dans cette DG. C'est pourquoi nous observons un oscillement des compétences audiovisuelles entre différentes DG. L'argument qui est soulevé pour défendre cette position est l'ancrage industriel du secteur.

La vision de l'audiovisuel comme une industrie est le point de départ de la mise en œuvre de ce paradigme économique. Il vient être la justification de ce changement de portefeuille dans le cadre du programme Europe créative. Ceci est porté par le numérique mais comme Oriane Caligaro le démontre il n'efface pas l'empreinte identitaire et communautaire du programme. Le principe de l'exception culturelle reste présent sous la forme d'une préservation de la « diversité culturelle » (Caligaro, 2017, chapitre 1). Les deux notions ne sont pas à opposer car elle remarque le fait que la diversité culturelle promue est source d'activité économique. La création d'Europe créative et l'accentuation du paradigme économique viennent alors prolonger ces actions et en développer de nouvelles avec les compétences numériques.

Toutefois, la justification de la politique culturelle européenne comme source de protection et promotion des identités européennes n'est plus la seule et principale justification de ce programme. Cela a alors pour effet de cristalliser et ranimer les relations conflictuelles qui pouvaient exister entre les professionnels et les institutions (Calligaro, 2017, Introduction). L'ouverture au numérique rouvre ainsi les débats que nous avons pu identifier au début du programme autour de la circulation, la protection et la valorisation des œuvres considérées comme exceptionnelles. Cela a lieu car avec le basculement du programme MEDIA dans la DG Connect, la dimension économique et la vision des activités audiovisuelles comme source de compétitivité est totalement assumée et défendue par la Commission européenne. L'ajout de ces dimensions vient aussi différencier les politiques audiovisuelles des autres politiques culturelles. Ainsi, l'ouverture au numérique et l'abandon progressif des seules subventions à des œuvres répondent moins au principe de « culture haute » (Bourdieu, 1979). L'ouverture au numérique que prend le programme vient alors modifier des accords mis en place depuis les années 1990. Cette rupture acte aussi l'idée selon laquelle les politiques de l'audiovisuel ne

sont pas des politiques culturelles comme les autres. C'est sur cette base que le changement d'orientation de MEDIA est mené.

« Alors ça, il faut que je vous dise en 2014 il a été décidé une séparation des portefeuilles. Et le portefeuille culture est allé à la commissaire culture et le portefeuille audiovisuel a été considéré comme étant attribué au numérique et on s'est retrouvé dans le portefeuille numérique et ça on le paye encore aujourd'hui. À l'époque je pense qu'on était pas conscient, moi je m'étais dit mais ça c'est une cata, on n'est pas un secteur numérique. À nouveau on confond la fin et les moyens. Les moyens ce sont les tuyaux et les tuyaux ce n'est pas la fin en soit parce que, que ça soit en numérique ou en salle ou en analogique on s'en fout. En fait, nous c'est raconter des histoires donc finalement on nous explique que ce qui est intéressant c'est comment c'est diffusé. Attendez, on parle plus culture là, on parle de technologie »

Entretien Juliette Prissard, Eurocinema, 2 février 2023

Ce que traduit ce changement c'est une rupture entre les aspirations du secteur et celles des institutions. Le passage en 2014 au sein de la DG Connect est acté et il est maintenant trop dur pour les groupes d'intérêt de revenir en arrière. Cette vision économique par l'impulsion du numérique semble s'imposer aux acteurs. Ce processus apparaît aussi comme un point de non-retour pour les acteurs. L'idée pour eux est alors d'éviter une fuite en avant plus importante des politiques culturelles vers les enjeux du numériques notamment en continuant de discuter avec la DG culture. Maintenir les liens avec cette DG est important pour les groupes d'intérêt car ils permettent de maintenir une dimension culturelle dans le programme MEDIA face à l'ascendant de la dimension numérique dans celui-ci.

« Sur certains sujets il y a des zones grises, ce sont juste des administrations et principalement la DG Connect rapporte à Breton mais il n'y a que. Donc en fait ce qui serait important ce serait que nous on retourne à la DG culture. Afin de discuter avec quelqu'un de la culture. [...] En fait c'est surtout que la dimension culturelle soit conservée et que ce soit bien le prisme culturel qui soit à l'origine des politiques publiques gérées par la Commission. Je pense pas qu'on y arrivera en vrai parce que le coup est parti et c'est compliqué maintenant »

Entretien Juliette Prissard, Eurocinema, 2 février 2023

Cette sollicitation de la DG culture est une pratique répandue déjà utilisée par les écrivains pour défendre leurs droits (Bonnamy, 2017). Ici, ce ne sont pas les mêmes raisons qui motivent cette consultation mais l'idée finale est similaire. C'est l'idée selon laquelle ces problématiques doivent toujours exister au sein des instances identifiées comme s'occupant des affaires culturelles. Il y a la volonté de contrebalancer ce changement en allant toujours discuter avec la DG culture.

Il s'apparente alors que ce tâtonnement au préalable était une condition nécessaire pour permettre ce changement. Le passage dans la DG Connect est comme un point de basculement et d'approfondissement du paradigme économique englobant alors de plus en plus les politiques culturelles de l'audiovisuel. C'est un changement dans la construction de la politique publique. Nous parlons ici d'un « momentum » (Hassenteufel, 2021). C'est selon Patrick Hassenteufel un moment de basculement dans le changement d'une politique publique. Ce moment précis caractérisant le passage à une nouvelle dynamique et un nouvel état des politiques publiques. La création d'Europe créative et le basculement du programme MEDIA au sein de la DG Connect s'apparente alors à ce moment où nous voyons que la promotion d'une identité culturelle au service de l'intégration européenne ne passe plus que par la promotion d'un patrimoine culturel et la valorisation d'œuvres reconnues comme supérieures et appartenant à une culture haute ; mais bien par la valorisation d'œuvres européennes étant compétitives économiquement parlant sur la scène internationale. C'est ce changement idéologique principal qui motive alors le basculement de MEDIA dans la DG Connect. Ce « momentum » est le fruit d'un long processus institutionnel qui a été préparé de manière graduelle (Hassenteufel, 2021). C'est pourquoi la direction du programme a de nombreuses fois été déplacée selon les présidences avec comme l'explique Emmanuel Joly le fait que le programme soit allé par le passé dans le portefeuille de la commissaire Reding entre 2004 et 2009 dans la DG de la société d'information et aux médias. Ainsi, graduellement une nouvelle idéologie autour du programme MEDIA a pu être mise en place pour permettre cet aboutissement-là. Nous n'avons alors que le résultat d'un processus mis en place depuis plusieurs années par la Commission européenne soutenant alors la prise en compte des politiques culturelles sous un aspect majoritairement économique.

Il s'apparente alors que le programme MEDIA a connu de nombreux débats concernant son orientation. Ces débats connaissent un pic puis une fin en 2014 avec le passage au sein de la DG Connect entérinant la vision libérale des politiques culturelles. C'est pourquoi, nous allons voir comment le Covid-19 a été vu comme une opportunité pour pérenniser le changement alors en place. C'est aussi l'approfondissement de celui-ci avec l'ouverture des politiques de l'audiovisuel à de nouveaux champs. C'est aussi un moment où nous avons vu de nouvelles opinions émerger et différentes stratégies selon les institutions pour défendre ces positions.

Chapitre 2 : Le COVID-19 une fenêtre d'opportunité pour initier le changement d'orientation du programme MEDIA

Le Covid-19 offre un contexte unique en son genre pour alors accélérer le processus de changement mis en place par la Commission européenne. Ce changement se caractérise par une autonomisation des politiques culturelles européennes vis-à-vis de la domination française historique. Cette indépendance devient une source de légitimité face aux acteurs pour l'UE en investissant un champ qui lui est propre (I). Ce même contexte est révélateur des luttes inter-institutionnelles et des enjeux de pouvoir autour de ce programme avec une lutte inter-institutionnelle où chacun utilise l'expertise des groupes d'intérêt selon différentes stratégies (II).

I) L'autonomisation d'action des politiques culturelles européennes source de légitimité

La valorisation d'une culture commune à tous les pays de l'union est devenue un « principe de légitimation de l'Europe unifiée » (Calligaro, 2017). C'est ce but précis qui est poursuivi par les politiques européennes de la culture, celui de promouvoir une Europe unifiée. Un des moyens envisagé au sein de l'Union européenne est notamment l'investissement du champ des politiques culturelles qui relève alors d'un enjeu majeur. Nous pouvons voir l'envie de la part de l'UE de faire émerger une nation européenne ayant alors un socle culturel et historique commun. C'est pourquoi l'UE tente d'investir ce domaine d'action publique. Comme nous l'avons vu précédemment elle va déployer un ensemble de politiques publiques

et ce notamment avec le programme MEDIA. Les politiques publiques européennes ont fait l'objet de nombreuses recherches.

Tout d'abord, les politiques européennes ne doivent pas être vues comme le simple fruit d'un compromis gouvernemental (Hassenteufel et Surel, 2000). Les politiques publiques ne sont pas un miroir des rapports de force en place entre les États de l'Union. Une telle vision occulte l'autonomie prise petit à petit par les instances européennes et les nombreuses relations construites avec les parties prenantes. Les relations sont plus complexes et la construction d'une politique publique européenne dépend de l'influence de la part des États mais il y a la réappropriation des politiques par les instances européennes pour trouver leur propre voie. Ces deux relations vont de pair. En effet, les lobbys et pays promeuvent des politiques publiques ou une vision des politiques publiques nationales. Cependant, au fil du temps ces politiques sont remodelées et évoluent de là à être « progressivement construites comme un modèle européen ». C'est notamment le cas des politiques culturelles européennes voyant le principe de « l'exception culturelle » généralisée (Hassenteufel et Surel, 2000). Ce principe va faire l'objet d'une réappropriation par la Commission européenne défendant alors le principe d'une diversité culturelle entre les états membres (Calligaro, 2017, Introduction).

Le programme MEDIA et son soutien aux secteurs de l'audiovisuel suit cette dynamique avec une orientation française très présente dès les premières discussions. Cette particularité se retrouve encore aujourd'hui notamment au niveau des lobbys européens. En effet, la majorité des lobbys de l'audiovisuel sont dirigés par des Français. Dès lors nous observons une prépondérance de la position française encore aujourd'hui dans la construction des politiques audiovisuelles notamment grâce au fait qu'un bon nombre de réunions entre lobbys se déroulent en français. Ils sont alors identifiés comme un « *french corner* » par leurs pairs. Tout cela est révélateur de l'importance de la position française dans l'élaboration du programme MEDIA. Cet aspect n'est pas du tout caché par les lobbys. C'est même un côté qu'ils assument, ainsi leur objectif et d'essayer d'avoir le plus d'influence possible pour imposer et défendre leur vision des politiques culturelles de l'audiovisuel.

« À Bruxelles je défends les intérêts français, du système français plus largement et particulièrement l'intérêt français en production. Mais j'essaie

d'avoir une vision un peu globale d'écosystème. Et en fait j'essaie surtout de me coordonner avec la France pour avoir des positions communes pour défendre le système français. Le système français est très particulier et qui n'est pas partagé par tous les États membres. Donc on essaie de préserver le système de l'améliorer et de convaincre aussi les autres pays de l'adopter parce qu'il est globalement le mieux disant des systèmes en Europe en tout cas en général »

Entretien Juliette Prissard, Eurocinema, 2 février 2023

Donc, nous observons qu'il y a une volonté française d'agir sur le programme MEDIA. Néanmoins, comme nous l'avons vu ces politiques font l'objet d'une réappropriation européenne. C'est notamment le cas pour le programme MEDIA. D'abord cela prend forme avec le terme de la « diversité culturelle » (Polo, 2003). Nous voyons maintenant la dimension économique prenant plus de place et ouvrant la voie à un nouveau paradigme défendant de nouvelles pratiques. Ces nouvelles pratiques sont l'ouverture du programme MEDIA aux métiers du numérique avec la réalité virtuelle et l'intelligence artificielle. Ces positions ne sont pas défendues par le secteur et montre une rupture avec les institutions européennes. Il y a la volonté pour l'UE d'avoir sa propre voie et de sortir d'un carcan français des politiques audiovisuelles. C'est le garant d'une plus grande légitimité à agir. Une légitimité à gagner auprès du secteur et auprès des citoyens. En effet, il est important pour l'UE de ne pas être un copié-collé de ce qui existe déjà au niveau national sinon son action pourrait être remise en cause. C'est pourquoi elle cherche à investir de nouveaux domaines la différenciant alors des autres politiques publiques nationales. C'est un processus similaire à celui que nous avons vu avec le Conseil de l'Europe et le besoin d'intervenir différemment le secteur.

La légitimité qu'il est possible de retirer d'une politique publique au niveau européen varie selon le type de politiques publiques concernées. Ainsi, il y a des effets-retours positifs comme négatifs pour l'UE (Dupuy et Ingelgom, 2016). Les auteurs analysent ces effets-retours selon deux paramètres. La visibilité de la politique publique mesurant alors le nombre de personnes potentiellement impactées et la traçabilité de celle-ci, mesurant alors la capacité des citoyens à assimiler une telle politique à l'UE. Dans leur étude les politiques sociales sont celles qui se rapprochent le plus du programme MEDIA car leur investissement par l'UE est faible et le domaine est faiblement européenisé. Ils observent que ces politiques ont un effet-retour négatif avec le fait qu'elles soient grandement visibles mais peu traçable. Dans notre cas les politiques audiovisuelles sont peu visibles elles s'adressent majoritairement au secteur de

l'audiovisuel. Toutefois leur impact est grandement visible car les films subventionnés le sont par tous. Toutefois, la traçabilité du programme est faible. Le programme est connu parmi le secteur mais sorti de ce milieu il est inconnu d'une majorité des européens. Le risque pour l'UE est d'avoir le même effet que pour les politiques sociales. C'est pourquoi L'UE cherche à investir de nouveaux domaines de l'audiovisuel afin d'avoir un programme européen propre sans être trop influencé par le modèle français et en retirer une légitimité auprès des citoyens. C'est en ce sens que l'UE cherche à investir de nouveaux domaines pour ainsi mieux correspondre aux modes de consommation du cinéma. Il y a la volonté de s'adapter aux citoyens pour arriver à mieux le capter. De cette manière l'UE cherche à jouer sur le levier de la traçabilité.

« Il faut revoir les modalités de ce soutien ou prendre en compte les changements dans les manières de consommer. Des changements qui s'opèrent sur le marché et donc il faut adapter les modalités de ce soutien »

Entretien Emmanuel Joly, DG Connect, 19 février 2023

Ainsi, le soutien habituel de MEDIA à la diffusion en salle tend à évoluer pour mieux correspondre aux besoins du marché. Le Covid-19 fût une véritable opportunité de mettre ces sujets sur la table des négociations car les confinements ont orienté les individus vers ces pratiques de consommation. Les plateformes sont devenues les principaux modes de consommation de programmes audiovisuels. Le Covid-19 est le moment opportun pour mettre à l'agenda ces problématiques. Il y a un choix de la part de la Commission européenne d'investir ce champ-là. C'est notamment un choix de devenir de plus en plus autonome du cadre existant et l'imitation française. Il y a la volonté d'une autonomisation des politiques culturelles européennes. L'autonomie dont nous parlons ici est une autonomie vis-à-vis des États à construire sa propre politique culturelle. C'est aussi la création de sa propre définition des politiques culturelles. En effet, l'intégration de ces nouvelles dimensions vient perturber le modèle jusque-là défendu qui proposait de subventionner les œuvres appartenant à la « culture haute » (Bourdieu, 1979). C'est l'ouverture à de nouvelles pratiques émergentes ne correspondant pas forcément aux critères de cette culture.

De plus, l'intégration de ces critères se fait toujours selon l'idée que les projets soutenus doivent être des œuvres européennes. C'est la création et la valorisation d'un patrimoine audiovisuel commun. C'est aussi un moyen supplémentaire alors pour augmenter la traçabilité du programme par les citoyens européens. Cette nouvelle dimension numérique pouvant être au service de la construction d'une culture européenne vient alors trouver une raison à être mise en place. Le contexte permet d'approfondir cette dimension avec l'intégration du numérique. Le bénéfice est double car l'UE apparaît plus que jamais comme légitime et comme l'acteur pouvant alors promouvoir une culture européenne. La mise en valeur et la création de cette culture, par les subventions accordées, viennent alors servir les intérêts de l'UE pour défendre le principe d'une Europe unifiée (Calligaro, 2017).

« Dans le cadre de MEDIA qui est le cœur de votre mémoire c'est en effet d'être capable de chercher l'innovation être capable de sentir ce qui va venir pour soutenir les nouveaux modèles économiques et là vous me parlez de professionnels indépendants super important parce que quand je vous parle de diversité, c'est la diversité des œuvres et la diversité des œuvres c'est la diversité de ceux qui les font. Donc en fait le cinéma européen c'est pas que le cinéma d'art et d'essai. C'est autant des blockbusters européens si je puis dire des grandes comédies populaires que du film d'art et d'essai les deux font partie de notre ADN européen et on y tient énormément »

Entretien Laurianne Bertrand, DG EAC, 27 février 2023

Il apparaît alors que le Covid-19 est un moment de basculement faisant émerger la vision de l'UE des politiques audiovisuelles. La dimension de la « culture haute » n'est pas abandonnée par les institutions mais elle n'est plus la centralité du programme. Elle sort ainsi, d'un modèle français jusque-là dominant. Il y a une prise d'indépendance de la part de la Commission par rapport aux programmes passés. Elle est permise avec le contexte de la pandémie ayant changé les modes de consommation des individus. Ce sont de nouvelles opportunités pour les politiques de l'audiovisuel. Elles permettent de construire un « ADN européen » mais elles sont aussi construites vers un modèle qui tend à devenir de plus en plus européen et donc autonome des positions nationales. Permettant alors de mieux identifier la source de la politique publique pour les citoyens. C'est alors le début d'un engrenage donnant de plus en plus de légitimité à l'UE pour intervenir dans ces politiques. En effet, plus un domaine est investi par l'UE plus les citoyens ont tendance à trouver que l'échelon européen et le plus adéquat pour mener ces actions (Dupuy et Ingelgom, 2016). La stratégie adoptée par

l'UE tend alors à entrer dans cette dynamique avec une traçabilité plus importante car les subventions répondants au champ précis de l'audiovisuel, celui des œuvres européennes. Nous parlons d'effet d'engrenage car la meilleure visibilité de la politique publique va entraîner des effets-retours positifs de la part des citoyens renforçant l'idée que ce domaine doit plutôt être traité à l'échelon européen car plus efficace et adapté (Dupuy et Ingelholm, 2016). Ce phénomène a été vérifié par les auteurs au niveau des politiques environnementales. Du fait de leur forte européanisation et de leur forte traçabilité, les citoyens voient l'UE comme la plus légitime et impactante sur ce domaine.

Donc, l'autonomisation des politiques publiques culturelles européennes par rapport au modèle français fait gagner l'UE en légitimité car elle devient plus indépendante et porte sa propre vision des politiques culturelles.

Nous l'avons vu l'autonomisation des politiques culturelles est un moyen pour l'UE de devenir un acteur légitime et unique pour agir sur ce secteur. Elle tend à défendre des œuvres audiovisuelles selon la vision qu'elle veut défendre. Tout ce processus est accéléré par le contexte de la pandémie qui permet de court-circuiter les relais du secteur tout en essayant de s'imposer dans les discussions inter-institutionnelles.

II) Un contexte révélateur des enjeux de pouvoir du programme et des luttes inter-institutionnelles du programme

La pandémie n'a pas été qu'un moyen pour la Commission européenne d'imposer sa propre voie des politiques de l'audiovisuel. C'est aussi un moment qui exacerbe les oppositions entre les institutions européennes. Le contexte de la pandémie ne sera alors pas capté de la même manière par toutes les institutions chacune essayant alors d'en tirer un avantage. Ce contexte est révélateur d'une forte opposition entre le Parlement européen et la Commission européenne. Nous voyons émerger deux stratégies différentes quant à la consultation des parties prenantes dans l'optique d'apporter les changements que chaque institution souhaite autour du programme MEDIA. Les oppositions entre les deux institutions se polarisent autour de deux points : la gouvernance du programme et le budget.

« On a continué à négocier en visio même si on a eu des discussions surtout avec le Parlement européen qui ont porté sur deux aspects essentiels pour eux. D'une part la gouvernance, le Parlement européen avait à cœur d'avoir plus de contrôle sur la manière dont est mis en œuvre le programme. C'est-à-dire qu'on ne puisse pas développer des actions sans leur demander un petit peu leur avis donc ça c'était une chose [...] Et puis la deuxième chose c'est le budget on va estimer qu'il fallait vraiment faire des efforts supplémentaires pour la culture »

Entretien Emmanuel Joly, DG Connect, 17 février 2023

Pour ce qui est de la gouvernance l'enjeu pour le Parlement était alors d'intervenir tout du long de la mise en œuvre du programme au sein du comité de gestion de l'agence exécutive européenne pour l'éducation et la culture. La force de cette proposition aurait été de gérer au quotidien le programme au même titre que peut le faire la Commission. C'est pour le Parlement européen un moyen de s'imposer un peu plus dans les relations inter-institutionnelles de l'UE. Le but poursuivi par le Parlement est une affirmation de son pouvoir et de sa légitimité à agir de plus en plus dans les affaires de l'UE. Tout au long de son histoire le Parlement européen a cherché à gagner du pouvoir dans le processus décisionnel de l'union (Massart-Piétard, 2009). Ces gains sont souvent attribués à des initiatives prises par le Parlement européen d'investir un champ de compétences sur lequel il n'a pas de base légale pour ensuite les gagner par les traités. C'est une stratégie des « petits pas » comme Jean Monnet l'avait alors édicté au début de la construction européenne. C'est pourquoi l'investissement du Parlement sur le programme MEDIA n'est pas anodin. Ce programme représente de nombreux avantages pour ouvrir la voie à une plus grande place du Parlement dans la gouvernance européenne.

En effet, le programme Europe créative est le plus faible programme européen, nous pouvons alors supposer qu'il est plus facile d'investir un tel programme plutôt qu'un programme plus ancien au budget plus important ayant par conséquent des enjeux financiers plus importants. La crise est une fenêtre d'opportunité pour le Parlement européen car de nombreux débats gravitent autour du programme. C'est donc l'occasion de défendre sa position dans ces débats. En outre, dans son histoire le Parlement européen a su utiliser les différentes opportunités pour arriver à en sortir gagnant. De la même manière qu'il avait su utiliser la consécration de l'Union politique en 1992 pour exposer le déficit démocratique de l'UE en préconisant la solution d'un accroissement de ses pouvoirs (Massart-Piétard, 2009). L'enjeu de la gouvernance du programme se place dans cette dimension-là, qui est d'utiliser un contexte

particulier pour gagner en compétences ou champ d'action. Le deuxième point faisant débat entre la Commission et le Parlement portait sur le budget alloué au programme. Les débats étaient sur les montants à allouer. Le Parlement souhaitait un doublement de son budget par rapport au programme 2014-2020 quand la Commission européenne voulait garder une somme similaire qui aurait été ajustée à l'inflation. Le budget fût un des deux plus gros points de débat entre les institutions et dans sa lutte pour une hausse du budget le Parlement a réussi à convaincre le Conseil de l'UE quant à l'adoption d'un budget plus grand. Cependant le Parlement était le plus grand initiateur de cette mesure la défendant dans les institutions européennes.

« D'abord déjà le nouveau programme MEDIA, Europe créative la dernière mouture a eu un doublement du budget grâce au Parlement. C'est vraiment le Parlement qui s'est battu pour ça. Et il y en avait une chose qui était le budget et une autre qui était l'allocation des montants de l'augmentation »

Entretien Juliette Prissard, Eurocinema, 2 février 2023

Le Parlement a d'autant pu défendre sa position qu'au moment du Covid-19 les relations avec les groupes d'intérêt se sont retrouvées bouleversées. Avec la pandémie et les confinements les rencontres sont devenues impossibles et des administrations se sont plus fermées que d'autres. C'est notamment le cas de la Commission européenne qu'il a été plus compliqué de rencontrer. Or, c'est bien la consultation des groupes d'intérêt et leur expertise qui confère une légitimité d'action à la Commission européenne. La consultation du secteur est notamment un point évoqué dans le principe de bonne gouvernance qu'édicte la Commission européenne (Commission européenne, 2001). Elle permettrait la « qualité, la pertinence et l'efficacité des politiques publiques européennes ». Ce processus a notamment pour but de marquer la dimension politique et idéologique des actions de la Commission (Robert, 2003). Ce recours à l'expertise offre alors une légitimité d'action à la Commission la faisant agir selon sa capacité à « définir l'intérêt général communautaire ». Cécile Robert démontre aussi comment cette dimension fait l'objet d'un monopole de la Commission. Les autres institutions politiques n'auraient pas la capacité de se situer au-dessus des enjeux politiques et de voir l'intérêt communautaire (Robert, 2004). C'est ce principe que la pandémie a bouleversé car les relations entre les institutions ont été redéfinies.

« Je pense que le COVID ça nous a fait aussi beaucoup de mal en termes de communication et d'échange. C'est moins vrai avec le Parlement ça a été beaucoup plus simple de garder le contact je trouve et d'avoir surtout des retours de la part du Parlement européen pendant cette période avec la commission culture »

Entretien Laura Houlgatte, UNIC, 2 février 2023

Effectivement, les relations avec la Commission se sont taries quand elles se sont maintenues avec le Parlement européen. Ce qui dans le contexte annule le supposé monopole de la Commission dans la « définition de l'intérêt général communautaire » (Robert, 2003). C'est notamment une notion qui peut être réutilisée par le Parlement dans le cadre des débats concernant le budget. Les acteurs ont été mieux écoutés par le Parlement que par la Commission qui a pu plus prendre en compte leur expertise et les solutions qu'ils proposaient pour répondre à la crise. La stratégie du Parlement était alors de maintenir des liens avec les groupes d'intérêt d'autant plus qu'eux aussi supportent la proposition d'augmenter le budget. Selon eux, le budget du programme MEDIA est trop faible pour répondre aux attentes et besoins du secteur. Ainsi, cet événement a pour conséquence de renforcer le rôle du Parlement européen dans l'élaboration des politiques culturelles. Sa place est d'autant plus importante car il tire une légitimité politique due aux élections européennes. De plus, sa légitimité issue de l'expertise s'affirme alors au même titre que celle de la Commission. C'est alors l'occasion de peser un peu plus dans les débats et d'affirmer ses positions face à la Commission pour arriver à les faire passer. C'est de cette façon que le Parlement européen a pu affirmer sa position et faire augmenter le budget du programme. Les groupes d'intérêt reconnaissent son rôle, c'est aussi pour eux un nouveau relais de leurs idées.

Toutefois, cette consultation des parties prenantes ne s'est pas maintenue dans toutes les institutions européennes. Ce qui revient au fil des entretiens c'est l'absence de consultation par la Commission et la difficulté de rentrer en contact avec eux pour discuter du programme. La politique menée par la Commission européenne se caractérise par une politique à contre-courant de ce que voudrait le secteur concernant l'intégration de la dimension économique et du numérique. Un des moyens permettant la mise en place de ce changement qui peut être avancé et le contournement des parties prenantes. Le confinement a été un moyen de réduire les interactions avec les parties prenantes et donc des points de tensions quant aux nouvelles directions qui souhaitaient être données.

« Pour nous ça a été beaucoup plus compliqué je pense au sein de la Commission. Pas au sein de l'unité, au sein de la DG. Le COVID a beaucoup compliqué les choses parce que pré-COVID l'unité MEDIA par exemple organisait 3 ou 4 fois par an des réunions en personne. On était une trentaine d'organisations professionnelles on allait tous à DG CONNECT et on était tous ensemble pour une après-midi ou pour une journée. Mais où MEDIA nous présentait leurs priorités, nous réexpliquer comment fonctionne le programme, les événements qu'il va y avoir et vice versa. Nous on expliquait ce qui se passe dans le secteur en ce moment, ce que nous on observe à nouveau. On n'était pas forcément d'accord. Mais il y avait un vrai échange en tout cas de vues et d'opinions. On avait des vraies conversations ce qui s'est complètement arrêté forcément pendant le COVID parce qu'on n'avait pas le droit de se voir. Mais surtout très peu en fait de réunions online. La première fois qu'on s'est retrouvé tous ensemble physiquement depuis 2019 c'était en mai 2022. Ça fait quand même 2 ans et demi qu'on a pas pu discuter et même encore aujourd'hui bah là je vais être très franche on est en février et il n'y a pas eu d'autres réunions de prévu. »

Entretien Laura Houlgatte, UNIC, 2 février 2023

Nous observons alors un contournement des parties prenantes par la Commission européenne en les consultant que peu au moment et après le Covid-19. Cette stratégie permet d'éviter toute opposition aux changements d'orientation du programme MEDIA. En effet, comme l'a démontré Patrick Hassenteufel, la construction des politiques publiques depuis les années 1990 se caractérise par un nombre toujours plus grand d'acteurs impliqués dans les productions. Il explique cela avec le fait que dans les années 1990 il s'opère un tournant néolibéral dans la conception des politiques publiques avec un recours à l'expertise de plus en plus important (Hassenteufel, 2021). Ce cadre-là correspond au fonctionnement et à la mise en place du programme MEDIA. De ce fait, la construction du programme MEDIA est lui aussi construit avec une place importante des groupes d'intérêt apportant leur expertise. Comme l'auteur l'explique cette construction des politiques publiques a pour effet d'entraver le changement. Les acteurs qui sont déjà impliqués dans la construction d'une politique publique cherchent à y rester. Ils seront alors enclins au changement à condition que celui-ci ne diminue pas l'influence qu'ils ont sur la construction de la politique publique. C'est pourquoi la Commission européenne développe toute une stratégie pour permettre un changement plus rapide et plus facile sans les réticences du secteur. Michel Crozier et Erard Friedberg nous

invitent à penser le changement comme un moment où les acteurs « inventent et fixent de nouvelles façons de jouer le jeu social » (Crozier et Friedberg, 1977).

Dans notre cas la commission décide de changer le jeu social en ne consultant que très peu les groupes d'intérêt. C'est alors une manière de réduire leur emprise sur des zones d'incertitude. Alors que ce sont ces mêmes zones d'incertitudes qui permettent d'avoir un pouvoir dans les prises de décision. Les zones d'incertitude sont des marges de liberté dont disposent les acteurs dans le « système » « qu'ils utilisent de façon stratégique dans leurs interactions avec les autres » (Crozier et Friedberg, 1977). Le « système », ici, est le programme MEDIA et son fonctionnement. Ainsi, le contournement des acteurs affaiblit leur influence potentielle sur la prise de décision et vient à contre-courant de la construction néolibérale des politiques publiques (Hassenteufel, 2021). Cela se fait dans un objectif bien précis d'affaiblissement du pouvoir d'orientation de l'action publique par les parties prenantes. En effet, bien qu'elles s'expriment publiquement, le fait qu'ils ne discutent pas directement avec la Commission européenne cela réduit la portée de leurs interventions.

Ainsi, le choc exogène qu'est le Covid-19 apparaît comme une fenêtre d'opportunité pour la commission pour impulser, continuer et approfondir le changement autour du programme MEDIA. Il est vrai que celui-ci était déjà incrémental (Hassenteufel, 2021) avec le passage dans le portefeuille de la DG Connect. Toutefois, nous observons ici un basculement de la politique publique dans une nouvelle dimension. C'est notamment ce contexte précis qui le permet car en temps normal il est difficile d'envisager une faible consultation des parties prenantes. Cette réticence au changement de la part des groupes d'intérêt est conscientisée par la Commission. Ils ont déjà dû y faire face par le passé concernant le nom du programme. Les groupes d'intérêt se sont opposés à son changement.

« Il (MEDIA) a sa marque, une certaine identité que n'a pas le programme culture. C'est quelque chose qu'on était prêt à un certain moment à abandonner, la marque MEDIA. Le secteur et le Parlement ont fait pression pour qu'on maintienne le terme MEDIA pour désigner le volet est qu'on utilise le logo donc l'identité visuel. Donc vous voyez il y a une très forte identité visuelle les professionnels sont attachés à cette identité »

Entretien Emmanuel Joly, DG Connect, 17 février 2023

C'est en ce sens que nous pouvons voir en quoi la pandémie et les différents confinements peuvent s'avérer une opportunité pour la Commission. Cela permet d'éviter le conflit direct avec le secteur. C'est un moyen de contourner la multiplicité des acteurs impliqués dans la construction du programme (Hassenteufel, 2021). De plus, comme nous le voyons le programme a sa propre identité auprès des acteurs, il est connu et reconnu parmi l'ensemble des subventions possibles. Dans ces conditions le changement est compliqué, qu'il porte sur l'orientation du programme ou bien sur sa nomination. C'est pourquoi les confinements induits par le Covid-19 semblent être le moment le plus opportun pour mettre en place des mesures qui pourraient être sujettes à de nombreuses controverses de la part de nombreux acteurs

Par conséquent, nous voyons que les institutions européennes adoptent différentes stratégies dans ce contexte. Les buts poursuivis sont différents mais ne s'opposent pas. Toutefois, ils cherchent à modifier le rapport de force en place. Pour le parlement il est question d'avoir plus de place dans la gouvernance du programme et faire entendre sa voix en utilisant l'argument de l'expertise au même titre que la Commission. Cette volonté s'inscrit dans une dynamique plus globale du Parlement à vouloir plus d'importance dans le processus décisionnel de l'Union. C'est une dynamique historique et inhérente au Parlement européen. C'est la poursuite d'un approfondissement du processus décisionnel ou « *decision-making* » européen (Hassenteufel et Surel, 2015). Ce processus impliquant de plus en plus le Parlement européen à travers les différents traités. Comme nous l'avons évoqué c'est une étape possible avant un possible approfondissement du rôle du Parlement. Pour la Commission il est question d'avoir le moins d'entraves possibles pour mener sa politique. En ce sens leurs buts diffèrent. Précisément, une plus grande implication du Parlement européen pourrait amener plus d'entraves face aux changements dans le futur. Le programme se trouve alors au milieu de nombreuses luttes de pouvoir entre les institutions et avec le secteur de l'audiovisuel. Tout cela a été exacerbé par le Covid-19 étant alors l'opportunité de changements radicaux en vue des objectifs poursuivis.

Il apparaît alors que de nombreux débats ont eu lieu autour du programme et de la dimension culturelle que celui-ci doit porter. Ces débats connaissent un aboutissement en 2014

avec un basculement qui semble définitif du programme dans la DG Connect. Grâce à celui-ci et le contexte de pandémie le changement d'orientation des politiques culturelles européennes a pu alors être accéléré. Ce contexte inédit a su être pris comme une opportunité pour contourner le secteur et ses potentielles revendications. Par la suite, nous avons pour but d'analyser les canaux étant présentés comme obligeant ce changement. Nous regarderons aussi sa mise en place et ses conséquences concrètes pour le secteur.

Partie 2 : Le verdissement et le numérique deux sources par lesquelles passe le changement

L'objectif ici est d'exposer comment le contexte a évidemment été un élément primordial pour initier le changement d'orientation de MEDIA. Toutefois, pour vraiment être mis en place, celui-ci doit trouver des justifications ; c'est pourquoi, le verdissement des politiques publiques européennes (Chapitre 3) et les enjeux posés par le numérique (Chapitre 4) deviennent les raisons amenant le changement.

Ces dimensions impactent la représentation des intérêts et les relations avec les institutions européennes mais aussi apportent un besoin pour les acteurs de s'adapter. C'est aussi le révélateur d'une rupture idéologique quant à la promotion du paradigme économique comme vecteur d'avenir et de développement de l'audiovisuel européen.

Chapitre 3 : Le verdissement des politiques publiques européennes

La politique de verdissement de l'UE connaît les mêmes effets délétères que pour le Covid-19 avec encore après coup une difficulté de se rencontrer et donc pour les parties prenantes de faire remonter les doléances du secteur. Cette pratique oblige alors les agents du secteur à diversifier les canaux de représentation de leurs intérêts (I). Tout en changeant progressivement les critères d'obtention d'une subvention européenne. Nous observons un processus que l'on pourrait qualifier comme se faisant « à marche forcée » sur les acteurs de l'audiovisuel (II).

I) Les effets délétères du « *greening* » sur la consultation des parties prenantes et la réinvention de la représentation des intérêts

Ensuite, il s'avère que la consultation des parties prenantes n'a pas été rendue plus difficile que par le contexte du Covid-19. Une dimension plus générale et globale à l'UE est aussi responsable de cet effet-là. C'est l'adoption en 2019 du green deal européen

(Communication Commission européenne et al, 2019), cette mesure a pour effet que toutes les politiques publiques de l'union doivent tendre vers une neutralité carbone. C'est d'ailleurs pourquoi les acteurs interrogés parlent de « *greening* » des politiques publiques. Cette nouvelle contrainte n'a pas qu'un effet sur les politiques publiques car elle a aussi pour objectif de rendre les administrations plus responsables et durables. C'est pourquoi il est envisagé une politique de réduction des émissions de gaz à effet de serre globale au niveau européen. Ainsi, les consultations avec les parties prenantes sont moins régulières car les déplacements rentrent en compte dans la durabilité de l'administration.

Le verdissement de la politique européenne est donc une action de changement qui va bien au-delà des politiques publiques. Mais cela a un effet de changement sur le programme MEDIA tout en étant un moteur de celui-ci. En effet, ces impacts permettent le changement d'orientation du programme MEDIA en ajoutant les objectifs d'être plus durable pour toujours bénéficier des fonds européens associés au programme. Mais pas uniquement, comme nous l'avons vu le fait de moins rencontrer les parties prenantes a pour effet de réduire les points de blocage et ainsi permettre le changement d'orientation. Toutefois, cette politique de verdissement n'a pas que cet effet-là. Nous le verrons, elle a aussi pour effet de reconfigurer les relations avec les instances européennes. Ainsi, les groupes d'intérêt trouvent de nouveaux moyens de défendre leurs positions auprès d'autres instances européennes. La Commission européenne n'est plus alors le seul moyen de représentation des intérêts. Nous voyons alors un changement dans la défense des intérêts du secteur audiovisuel.

Ce que nous observons, c'est que les relations entre les groupes d'intérêt et la Commission européenne sont codifiées et réglementées. Elles représentent alors un système (Crozier et Friedberg, 1977) dans lequel les acteurs interagissent selon les opportunités qui leur sont offertes. Ces opportunités s'apparentent à des « structures d'opportunités politiques » (Grossman et Saurugger, 2012, Chapitre 3), elles montrent les contraintes auxquelles les groupes d'intérêt sont soumis et la représentation politique des intérêts serait alors le résultat de ces contraintes. Les acteurs développent des stratégies afin de s'adapter aux nouvelles contraintes. Selon les auteurs ces contraintes doivent s'analyser au regard de deux facteurs principaux que sont le contexte politique et le rôle de l'État. Dans notre exemple, portant sur le verdissement des politiques publiques européennes, c'est principalement le rôle de l'État, ici la

Commission européenne, que nous cherchons à regarder. En effet, la structure de l'UE est construite de manière que la Commission européenne soit l'organe se rapprochant le plus de la figure étatique du fait qu'elle ait le pouvoir exécutif de l'union. C'est pourquoi nous allons regarder la force de la Commission européenne dans la structuration de la représentation des intérêts.

Comme le souligne les auteurs les « structures d'opportunités politiques » s'inscrivent dans un cadre « juridique et politique ». C'est dans ce cadre qui peuvent agir les lobbies que. Or, c'est bien avec la politique de verdissement globale de l'UE que nous observons le changement des règles du jeu.

« *Quand vous me parlez des événements où ils pouvaient venir, ils pouvaient venir à des événements comme vous organisez par exemple celui de Barcelone.*

Ah mais ils sont invités chaque année, juste ils choisissent de pas venir en fait. [...] Je pense que c'est vraiment aussi lié au fait qu'ils sont très limités en termes de voyage qu'ils sont autorisés à faire. [...] A mon avis s'ils avaient le choix je pense que les choses se seraient faites un peu différemment »

Entretien Laura Houlgatte, UNIC, 2 février 2023

La Commission a donc un véritable impact dans la manière dont le lobbying va être engagé auprès de ses institutions. Avec sa politique de verdissement la Commission modifie le cadre juridique. La Commission européenne établit un nouveau cadre avec l'idée selon laquelle les rencontres avec les acteurs du secteur sont moins récurrentes. Après le Covid-19 c'est l'opportunité de pérenniser une moindre consultation des parties prenantes dans l'idée de sortir d'une construction néo-libérale de l'action publique. Nous avons ici la construction d'un nouveau cadre d'action publique où les parties prenantes ne sont pas totalement rejetées. L'idée est de les consulter moins régulièrement notamment dans une optique d'être plus durable. C'est par la même occasion, l'opportunité d'avoir des moyens plus importants pour initier des changements de direction du programme MEDIA en réduisant la multiplicité des acteurs. Cette politique ne réduit pas le nombre d'acteurs consultés mais bien le nombre de fois où les acteurs sont rencontrés. C'est notamment privilégier des rencontres avec tous les acteurs à des moments précis comme lors des grands festivals.

« La Commission c'est la même chose, ils vont avoir pas mal de réunions pas mal de déplacements. [...] C'est d'ailleurs très parlant typiquement la Commission ça a été plus simple pour nous pas nous l'UNIC mais l'ensemble du secteur avec les producteurs distributeurs de les rencontrer en groupe à Cannes plutôt qu'ici alors qu'on vit tous ici »

Entretien Laura Houlgatte, UNIC 2 février 2023

C'est pourquoi les lobbies doivent chercher de nouveaux moyens de défendre leurs positions. Ils doivent agir en conséquence de ce changement. Pour toujours défendre leurs intérêts trouver de nouveaux relais ou développer les liens déjà existants. Il y a une rénovation de la représentation des intérêts en conséquence de la politique de verdissement. Ces pratiques ne sont pas forcément nouvelles mais leur pérennisation et leur récurrence sont un moyen de voir comment les acteurs arrivent à s'adapter et changer la façon dont ils défendent leurs positions. Ce changement structurel en apporte d'autres, avec la reconfiguration des pratiques de lobbying. Nous observons l'investissement de nouvelles institutions ou l'approfondissement d'institution où la pratique de lobbying est déjà installée.

« Moi j'ai organisé à plusieurs reprises ce que j'appelle une journée nationale ici à Bruxelles. Où je vais inviter des membres d'une certaine nationalité à venir rencontrer certains de leurs députés. Par exemple j'ai mes membres espagnols qui sont ici à Bruxelles on a organisé 6 ou 7 rendez-vous avec différents députés espagnols. Donc qui sont dans des commissions qui sont aussi pertinent pour nous, que ça soit la commission culture ou affaire juridique. On a aussi organisé une réunion avec la représentation permanente de l'Espagne ici avec la personne en charge des affaires culturelles et visuelles. On avait aussi organisé une réunion avec Lucia Caudet qui est la tête de MEDIA. »

Entretien Laura Houlgatte, UNIC, 2 février 2023

En effet, il est question ici d'un investissement transversal des institutions européennes en se concentrant sur un pays. La pratique d'un lobbying plus centré sur la représentation nationale était jusque-là réservée au niveau national (Grossman et Saurugger, 2012, Chapitre 6). Ce travail au niveau des positions nationales se retrouve être une pratique peu investie car elle se déroule souvent directement dans les pays membres. Les représentations permanentes et le conseil de l'UE sont alors des organisations moins investies en comparaison de la Commission européenne ou du Parlement.

Toutefois, ce que nous observons ici c'est que les groupes d'intérêt se mettent à investir ce nouveau champ du lobbying. Le verdissement des politiques publiques et les rencontres moins fréquentes initient alors un double changement. Comme nous l'avons vu c'est la possibilité de diminuer la multiplicité des acteurs mais cela a pour conséquence de reconfigurer la pratique de lobbying au sein de l'UE. Nous voyons un investissement des positions nationales. Cet investissement se trouve être dans la continuité du programme. En effet, la naissance du programme est principalement le fruit d'un compromis entre les pays de l'union qui avaient la volonté de promouvoir la culture européenne et sa diversité (Polo, 2003). Réinvestir ce domaine-là c'est ainsi rappeler l'existence même de MEDIA et ce pourquoi il a été créé à la base aux états membres.

L'importance d'investir ce domaine c'est un moyen pour les lobbies de défendre leur vision de MEDIA à tous les stades du processus décisionnel et dans toutes les institutions de l'Union. Les lobbies ont su faire preuve d'adaptation face aux changements imposés par la Commission et sa politique de verdissement. Les lobbies investissent de nouveaux acteurs pour défendre leurs intérêts sans pour autant perdre de vue ceux de la Commission européenne avec qui ils discutent toujours. Toutefois, les visions du secteur sont bien différentes et donc les lobbies cherchent à trouver de nouveaux interlocuteurs auprès desquels leurs positions peuvent être plus entendues car plus similaires. Nous observons une « transformation du répertoire de l'action collective » (Offerlé, 1998) au sens où les groupes d'intérêt font évoluer dans le temps leur manière d'orienter l'action publique. Nous observons une évolution des « structure d'opportunités politiques ». Pour voir comment elles sont investies et mobilisées il faut intégrer la notion de durée et pas uniquement regarder le contexte à l'instant « t » du conflit (Offerlé, 1998). L'analyse des mobilisations dans la durée permet de mettre en avant les stratégies s'inscrivant sur du court ou du long terme.

Les différentes politiques et actions menées par la Commission européenne font d'elle une gagnante à court terme et la politique de verdissement est un des moyens qui a pu être utilisé. Cependant, la reconfiguration de l'action collective des groupes d'intérêt nous montre de leur part une stratégie d'adaptation avec la volonté de voir dans un horizon plus lointain la

défense de leur intérêts futurs. C'est en ce point que s'inscrit leur stratégie car il y a déjà en ligne de mire la construction du nouveau programme.

« Mais voilà enfin, 2027 c'est loin mais pas si loin que ça en fait parce qu'on a déjà commencé en 2025 2026 à travailler sur le budget sur le programme pluriannuel. Mais je me demande si la structure sera un peu différente mais je sais pas. »

Entretien Laura Houlgatte, UNIC, 2 février 2023

La stratégie développée s'inscrit dans le temps long avec la volonté de créer de nouveaux points de relais de leur idée et renforcer la potentielle opposition entre les institutions européennes autour du programme MEDIA, le parlement et le conseil s'étant directement montrés plus favorable pour une hausse du budget. Nous voyons donc que la politique de verdissement est acteur du changement d'orientation du programme MEDIA car elle a permis d'ouvrir le programme à de nouveaux domaines comme le numérique en réduisant les contacts avec les lobbies. Mais c'est aussi une politique motrice de changements dans la façon dont est menée le lobbying à Bruxelles. Comme nous venons de le voir les acteurs s'adaptent à ces nouvelles conditions et cherchent de nouveaux canaux pour faire passer leurs idées et cela s'inscrivant alors dans un temps long en vue des futurs programmes. À la sortie du dernier programme 2021-2027 ils n'apparaissent pas gagnants, leurs idées n'ayant pas forcément été reprise par les institutions. Mais leur stratégie actuelle de diversification des relais s'inscrit dans une stratégie de long terme souhaitant alors éviter « une fuite en avant ». Nous voyons comment la politique générale de l'UE en matière de transition écologique reconfigure les relations entre institutions et groupes d'intérêt mais c'est aussi un vecteur du changement d'orientation de MEDIA en prenant le numérique comme un outil de la transition écologique.

Nous pouvons alors constater un affaiblissement des relations entre les institutions européennes et les groupes d'intérêt comme une conséquence de la politique générale de verdissement des institutions européennes. Obligeant alors les groupes d'intérêt à trouver de nouvelles manières d'agir et d'avoir des connexions avec les institutions européennes. Toutefois, cette politique se fait aussi ressentir dans les faits et les subventions accordées aux acteurs. Il semble s'opérer un changement, lié au verdissement des politiques publiques, comme étant fait à marche forcée.

II) Un verdissement à marche forcée, par les financements, de l'industrie audiovisuelle

Enfin, comme nous l'avons expliqué la politique de verdissement des politiques publiques de l'UE va avoir un impact sur les missions menées. Elle a donc aussi un impact sur les actions subventionnées. L'UE veille à ce que les actions que MEDIA porte soient dites plus durables. Cette dimension va se présenter de deux façons au sein de MEDIA, avec une partie qui passe plus par la contrainte avec une action directement sur les financements accordés. La Commission européenne développe un côté incitatif autour de cette dimension avec l'organisation de forum sur ces sujets dans l'idée de diffusions de « bonnes pratiques ».

Ce changement va alors se concrétiser dans la manière dont sont organisés les « calls ». Au moment de déposer leur demande les différentes organisations vont devoir intégrer une dimension écologique et la mettre en valeur pour avoir les points associés. En effet, l'attribution d'une subvention européenne est notée sur 100 et les différents critères valent plus ou moins de points selon leur importance. C'est donc à partir de 2021 et le dernier programme pluriannuel que des points ont été attribués pour prendre en compte la dimension écologique du projet candidat.

« La première chose c'est de financer comme tous les programmes européens c'est des programmes qui sont plus alignés avec la politique communautaire et du coup qui contribuent plus ou moins directement à la mise en œuvre du green deal. Des projets qui s'intéressent un minima à la question de la transition écologique plutôt sur de l'incitation c'est-à-dire qu'en gros quand vous présentez un projet Europe créative on a un barème de points sur 100 points selon l'appel on applique des critères qui varient tel critère égal 5 points etc. Donc désormais sur l'ensemble des critères des appels qui sont ouverts sur Europe créative vous avez 5 points qui sont dédiés à la stratégie éco-responsable c'est plutôt incitatif. C'est-à-dire dans le cadre d'un appel où il y a une grosse concurrence vous savez que si vous présentez une stratégie éco-responsable vous pouvez potentiellement toper entre un et 5 points en plus. »

Entretien Margaux Lacoste, Relais Culture Europe, 27 janvier 2023

Cette stratégie utilisée par l'UE est un des moyens qu'elle peut utiliser pour mettre en œuvre le changement d'orientation souhaité. Certains projets disposent des financements

depuis plus d'une dizaine d'années donc ces financements sont essentiels pour eux et le maintien de leurs activités. Ces nouvelles règles s'accompagnent d'un changement dans la manière dont l'appel à projet est présenté c'est pourquoi il y a des nouvelles formulations et de nouveaux termes dans le nouvel appel à projet. Ce sont ces mêmes termes qui rendent l'application plus difficile pour les acteurs du secteur. Le changement des termes a aussi pour effet de valoriser de nouvelles pratiques qui pourraient alors être mises en avant par de nouveaux acteurs

« Nous notre interlocuteur principal pour des questions entre guillemets plutôt technique c'est l'agence pour les questions plus politiques en effet là c'est vraiment MEDIA commission. Dans notre call en fait c'est MEDIA commission politique qui a amené des changements gigantesques aux 2 soutiens »

Entretien Christine Eloy, Europa distribution, 24 février 2023

Il apparaît alors qu'une véritable volonté politique est à l'origine de ces changements et c'est celle-ci qui l'opère. Le verdissement de la politique est une nouvelle étape permettant et justifiant le changement d'orientation des politiques publiques de l'audiovisuel européen. Nous voyons alors un changement graduel (Hassenteufel, 2021) avec plusieurs étapes dans celui-ci visant une finalité où de nouveaux acteurs seront promus. Nous avons jusque-là un changement majoritairement axé sur la forme. Celui-ci portait alors sur la DG responsable du programme MEDIA ou le paradigme dominant les politiques de l'audiovisuel mettant alors l'accent sur le paradigme économique de celle-ci. Cette fois-ci nous avons un changement beaucoup plus de fond étant donné qu'il touche directement aux subventions accordées. Ce changement s'accompagne de deux autres qui sont aussi transversaux qui sont la parité et le numérique. Ces différents paramètres se complètent et sont interdépendants. La mise en place d'une nouvelle pratique pouvant rentrer dans plusieurs domaines en même temps. Cette interdépendance est d'autant plus vraie pour le paramètre du numérique et de la durabilité, les nouvelles technologies pouvant être un moyen défendu de croissance verte pour le secteur. Ces nouveaux paramètres entretiennent le changement qui est en train de se mettre en place et la volonté de verdissement est un instrument de celui-ci. Cela renforce alors la compétition dans les appels à projet et la difficulté pour les organisations d'y répondre.

« Le problème ça reste la façon dont les textes sont écrits et surtout dans les questions auxquelles vous devez répondre et sur lesquels l'expert va se baser pour décider de vous donner les points. On a un bulletin c'est comme à l'école. Donc là, nous est on est passé à 78 et demi sur 100 on avait 89 l'année passée. Pour vous dire que c'est assez aléatoire comme truc et mais nos amis norvégiens qui ne sont pas passés ils avaient ½ de moins. C'était de la folie c'est pas que vous passez pas parce que vous avez 32% sur 100 et que les autres ont tous 81, c'est 1/2 point et vous perdez 200 000 balles quand même donc c'est pas normal du tout »

Entretien Christine Eloy, Europa Distribution, 24 février 2023

Cette politique a alors pour effet de mettre en difficulté des organisations qui étaient jusque-là bien implantées. Le projet norvégien non soutenu est un marché du cinéma qui était qualifié comme « bon élève » pour répondre aux anciens appels à projet. Donc le fait qu'il n'ait pas été retenu a été surprenant pour bon nombre d'acteurs du secteur. Ce que nous observons alors c'est une réorientation des subventions vers de nouvelles structures au détriment des anciennes. Il s'opère une dérive (Hassenteufel, 2021) des subventions vers de nouvelles organisations promouvant de nouvelles façons d'agir. Cette dérive se caractérise par un remplacement petit à petit des structures et projets défendus pour en promouvoir de nouveaux. Ce phénomène est observable au sein de MEDIA et l'exemple illustrant ce phénomène est celui de ce marché du film norvégien. La promotion de nouvelles structures permet à terme d'éviter des réticences face aux changements car les structures nouvellement promues correspondent aux volontés de changement qui sont portées par la Commission européenne. Il y a ainsi la volonté d'ouvrir le programme MEDIA à de nouveaux acteurs qui partagent leur vision ou du moins en partie. Ce changement se fait encore de manière graduelle (Hassenteufel, 2021) car les tous les acteurs ne sont pas remplacés d'un coup. Nous voyons un effet progressif dans la stratégie mise en place par la Commission européenne. Ainsi, les financements sont un enjeu efficace pour les acteurs dépendant de MEDIA. Ils sont un levier non négligeable pour mener les acteurs dans la direction souhaitée. De ce fait, les acteurs doivent s'adapter pour continuer à percevoir les subventions ou ils sont exclus, ne respectant pas toutes les règles. C'est pourquoi nous pouvons qualifier ce changement comme étant à marche forcée. Il se fait indépendamment des acteurs.

De plus, ce changement est d'autant plus compliqué à appréhender pour s'y adapter car les commissions d'attributions sont peu transparentes sur leur mode de décision et les

personnes impliquées. Un véritable flou circule autour de ces structures alors qu'elles sont au cœur même de la politique du changement. Ce flou entretient le fait que les acteurs ont d'autant plus de mal à s'adapter par la suite car ils ne connaissent pas les critères précis de sélection. Le flou n'est pas tant dans les critères auxquels doivent répondre les acteurs mais plutôt sur la subjectivité des experts dans la commission. Les commissions qui décident des attributions d'une subvention sont composées de professionnels du secteur et ensemble ils décident ou non des points à attribuer. Ce qui est reproché à ce mode de fonctionnement c'est la mauvaise représentation de l'ensemble du secteur. Historiquement, le soutien à l'audiovisuel porte plutôt sur la production (Polo, 2003) on retrouve tout naturellement plus de représentants de ce secteur même si l'attribution de la subvention ne les concerne pas. Ce système pour certains lobbies est révélateur de la mauvaise compréhension du secteur et de sa chaîne de valeur. Cela a pour impact d'ajouter une subjectivité supplémentaire dans l'attribution des subventions. Cette subjectivité accrue et le changement de quelques termes depuis 2-3 ans donne le sentiment qu'il est de plus en plus difficile d'avoir les subventions de MEDIA. Mais aussi cela renforce le sentiment que ces commissions sont comme des « boîtes noires » dont il est difficile de connaître le résultat.

« Vous devenez complètement parano quand en fait une application c'est affreux c'est une source de stress sans fin même et je pense que c'est pas quelque chose à négliger ça aussi parce que vous travaillez beaucoup beaucoup beaucoup nous on l'a fait lire 4 membres de board on l'a fait lire à 2 médias desk parce qu'on est francophone on travaille et avec le média desk belge francophone et les Français. Donc ça a été relu par 2 médias desk qui nous ont bien conseillés qui ont l'habitude plus par un expert et malgré ça on est passé par le tout petit trou de la souri ½ point en dessous de nous ça passait pas donc C'est un peu dingue et c'est pour moi une grande critique de Créative europe aujourd'hui. Sur certains « call », pas tous, c'est la loterie et trop de pouvoir sont mis dans les mains de 2 experts qui sont tout de suite considéré comme des experts mais on a l'impression qu'on parle à la NASA »

Entretien Christine Eloy, Europa distribution, 24 février 2023

Ces commissions sont alors caractéristiques de ce Nathalie Heininch appelle les « académies invisibles » (Heininch, 1997). Elle les caractérise de cette manière car elles ont une grande opacité tant leur processus de décision est laissée entre les mains des experts y participant. Nous voyons le même processus au sein de MEDIA avec des experts le plus souvent de la production qui sont présents dans les commissions pour décider de l'attribution

des subventions. Personne ne sait qui seront les experts présents ce qui renforce le sentiment de « loterie » car il est impossible d'adapter l'application aux experts qui la liront.

Il est alors impossible pour les lobbies de jouer sur le levier de la subjectivité des experts. C'est une variable qu'ils ne peuvent pas contrôler ; bien que cela ait un impact direct sur leurs activités ou les activités de leurs membres. C'est l'opportunité pour la Commission européenne d'approfondir ce phénomène de dérive (Hassenteufel, 2021) vers de nouvelles structures et ce sous couvert d'une subjectivité artistique permettant alors de se dédouaner de la décision prise à la fin car la décision prise n'est pas politique mais technique (Heinich, 1997). Ainsi, nous avons deux facteurs essentiels qui permettent la mise en œuvre de ce changement que sont la subjectivité des experts accompagné du changement des « *guidelines* » dans l'attribution des subventions. Ces facteurs participent à une dépolitisation en mettant en avant la technicité des experts des commissions.

La politique de verdissement se trouve être un nouvel ajout dans cet espace. Comme nous l'avons évoqué avant. La transition écologique peut être défendue avec les nouvelles technologies. Ce modèle de penser passe aussi par l'incitation. C'est l'organisation de forums et/ou réunions autour des thématiques de l'écologie et du numérique et permettant de voir en quoi ces deux dimensions sont aussi des préoccupations du secteur de l'audiovisuel. C'est une politique développée par la Commission européenne qui est retraduite dans les relais nationaux comme au Relais Culture Europe à Paris.

« Il y a la question plus de la mobilisation et de la mise en débat c'est à dire certes il y a la question de la transition écologique et numérique mais derrière qu'est-ce que ça veut dire parce que y a des acteurs qui sont déjà très avancés sur ces questions-là et il y en a d'autres qui ne comprennent pas, qui sont perdus. Donc du coup c'est d'essayer de créer du dialogue et du débat autour de ça. Donc ça c'est un volet assez important du Relais Culture Europe par exemple tous les ans on organise des forums autour d'Europe créative là cette année ça sera en mars et le débat c'est écologie numérique. Pour ça on s'est associé à une chercheuse Laurence Allard qui va travailler à la curation de ce forum avec nous. Là clairement dans ce forum on va vraiment parler de pratique émergente de d'outils de transition et d'inspiration pour le secteur »

Entretien Margaux Lacoste, Relais Culture Europe, 27 janvier 2023

Ce que montre ce forum c'est qu'il y a une transversalité entre écologie et numérique et les deux sont promus par l'UE. Le verdissement est un canal de diffusion de la vision que la Commission européenne veut apporter dans le programme en mettant une plus grande importance sur le domaine du numérique. Ce phénomène déjà en place depuis 2014 vient ici être promu ouvertement dans le cadre de MEDIA. Toutefois, ce volet est beaucoup plus incitatif que le premier. Il est question ici d'être un « laboratoire d'idée » entre les différents acteurs. Ce forum cherche à faire tendre les acteurs vers ces pratiques et ce qui soutient cette idée c'est que ces pratiques sont plus respectueuses de l'environnement. Sous couvert d'être plus écologique la Commission cherche à défendre et promouvoir sa volonté d'inclure une dimension de plus en plus numérique dans les politiques de l'audiovisuel européen. Cette incitation apporte aussi une légitimité de plus en plus importante pour les acteurs du numérique à intervenir dans les politiques audiovisuelles. En effet, le fait que ces acteurs soient inclus dans un programme de discussion promu par la Commission européenne les rend légitimes à défendre de nouveaux intérêts. Ce sont notamment ces nouveaux acteurs qui viennent promouvoir et diffuser de nouvelles pratiques.

Cette promotion s'accompagne aussi d'une valorisation de ces acteurs et de leurs pratiques. C'est encore une fois un exemple d'une dérive (Hassenteufel, 2021) car les acteurs qui étaient jusque-là implantés dans le programme se trouvent remplacés par d'autres. Il y a l'idée que ces acteurs doivent s'adapter à ce changement s'ils veulent par la suite pouvoir rentrer dans les conditions fixées par MEDIA. Nous voyons un processus qui se met en place et qui vise à supplanter l'ancien modèle de fonctionnement du programme MEDIA.

Ce que nous observons alors c'est que le changement se met bien en place et que le verdissement est un moyen de le mettre en œuvre et de le justifier. Les financements sont une clé de voûte de celui-ci car ils ont un impact direct. Ils les obligent à revoir leur manière de fonctionner pour toujours être inclus dans la boucle. Une véritable dépendance vis-à-vis des financements s'est créée au fil du temps. C'est pourquoi c'est un levier largement utilisé et grandement efficace. Nous voyons aussi un volet plus incitatif avec l'échange de bonnes pratiques visant à mieux intégrer la dimension numérique. Tout cela est notamment permis par la politique de verdissement de l'Union qui devient un moyen de promouvoir et défendre ces idées.

Le verdissement de l'action publique européenne que nous venons d'exposer est donc une justification et un moyen de mettre en œuvre le changement dans MEDIA. Il oblige les acteurs à s'adapter tant dans la représentation de leurs intérêts, tant que dans leur modèle économique. De plus, le modèle économique tend à évoluer avec l'apparition des nouvelles technologies et de nouveaux acteurs. C'est l'ouverture de MEDIA à de nouveaux horizons et de nouvelles perspectives de développement à l'ère du numérique.

Chapitre 4 : L'enjeu du numérique, un approfondissement du paradigme économique par lequel passe le changement d'orientation du programme MEDIA

Il sera enfin question de l'aspect numérique des politiques culturelles. C'est le grand changement d'orientation du programme MEDIA. Cela apporte de nombreuses conséquences sur l'industrie et de la perception du programme avec l'imposition du paradigme économique. Cela a de plus grandes conséquences quant à la nature des politiques culturelles portées (I). C'est aussi l'instauration d'un dialogue de sourd quant aux aspirations et au modèle prôné entre les deux parties. Chacun ne voyant pas forcément la dimension numérique comme une source d'avenir et de développement pour le secteur (II)

I) La pérennisation d'un paradigme économique des politiques culturelles une rupture dans la vision des politiques culturelles européennes : le cas de la distribution

L'intégration d'une nouvelle dimension, qui est celle du numérique, dans le programme MEDIA est révélateur d'un approfondissement de la vision économique des politiques culturelles. Cette rupture se situe entre le secteur et les institutions européennes, et en particulier la Commission européenne, porte notamment sur la compréhension du fonctionnement du secteur de sa chaîne de valeur. Le système audiovisuel est, selon les acteurs, caractérisé par de fortes interdépendances de l'écriture à l'exploitation d'une œuvre audiovisuelle. De ce fait, de nombreux liens existent entre tous les membres de cette chaîne et la vision économique tend à effacer ces interdépendances. Elles tendent à s'effacer car la vision

prônée par la Commission est l'idée selon laquelle nous pouvons substituer certaines parties de la chaîne de valeur à leur équivalent numérique. Nous allons observer cela au niveau de la distribution. Cette partie est charnière car elle fait le lien entre les exploitants et les producteurs.

« D'accord, c'est essayer d'élargir le spectre pour finalement évoluer et suivre les nouvelles pratiques qui peuvent émerger sur le marché. »

C'est exactement ça. Il y a des résistances qui tiennent au secteur à la façon dont le secteur est structuré à l'importance prise par les distributeurs de cinéma qui est estimée qu'il est toujours très important de passer par la salle. Le problème c'est que on sait aussi que beaucoup de petits films finalement ne bénéficient que très peu d'une sortie salle parce qu'ils vont disparaître au bout de quelques jours. [...] Donc faut-il revoir les modalités de ce soutien ou prendre en compte les changements dans les manières de consommer, des changements qui s'opèrent sur le marché. Il faut adapter les modalités de ce soutien et c'est quelque chose qu'il est difficile de discuter. C'est un sujet très délicat auquel le secteur est très sensible. C'est un sujet aussi assez passionné oui »

Entretien Emmanuel Joly, DG Connect, 17 février 2023

Le numérique est introduit comme une solution face aux trop gros nombres de sorties de films. Or, cette situation est aussi décrite par les professionnels du secteur. Ils font le même constat qu'un trop grand nombre de films sort. Le traitement du problème est cette fois-ci différent. La solution avancée est que MEDIA devrait plutôt se concentrer sur la recherche d'une qualité. Ainsi, le rayonnement européen ne serait pas tant par la production intensive d'œuvres audiovisuelles mais plutôt par la recherche d'une qualité artistique. Nous retombons ici sur le principe fondateur de la défense d'une « culture haute » au service de l'intégration européenne et comment étant la culture légitime à subventionner.

Toutefois, sur ce sujet les débats sont plus profonds. Il est véritablement question d'une vision et d'une compréhension de fond du secteur. Cette interprétation n'étant pas la même des deux côtés nous avons la rupture entre les deux parties qui se retrouve actée. Il est notamment reproché par des acteurs du secteur que la Commission n'a pas une vision assez « holistique » du secteur. Ce constat va de pair avec l'idée selon laquelle il est possible de fragmenter la chaîne de valeur de l'audiovisuel, occultant alors les interdépendances. Une organisation des professionnels du secteur s'est déjà faite pour contrer la directive visant à réformer le droit

d'auteur en 2016 (Bonnamy, 2017). L'auteure analyse comment les acteurs du secteur se sont organisés. Ce qui caractérise cette organisation c'est notamment le refus de la réforme car l'harmonisation promue efface les disparités entre les différents secteurs culturels. Cette réforme fait écho à la situation que connaît MEDIA avec la volonté de créer un marché unique numérique. Cette réforme s'inscrivait dans cette dimension-là. Le numérique vient ici aussi bouleverser le secteur et son interprétation. Les acteurs en place sont alors réticents face aux changements que cela implique. Un des arguments utilisé opposé à cette vision est que le numérique par son marché unique ne rend pas compte des spécificités à chaque secteur. L'implication grandissante du numérique et des organisations qui gravitent autour soulève des débats similaires.

Dans notre cas de la distribution c'est cette même dynamique qui prévaut avec l'idée selon laquelle le numérique et les nouvelles technologies ne peuvent pas être une solution à tout. La distribution est traversée par de nombreux enjeux notamment financiers avec les films qui sont vendus. Les plateformes de streaming sont vues comme de nouvelles habitudes répondant aux attentes des consommateurs. De cette manière une rupture se fait dans la façon d'appréhender le système.

« Ça fait sens de se représenter comme un écosystème parce que c'est la réalité en fait. C'est que typiquement nous en tant que salle si on n'a pas de film à montrer les gens viendront pas. Pour les distributeurs si les salles de cinéma disparaissent demain c'est 60% de leurs revenus qui disparaissent. Entre 60 70% au bas mots. Donc voilà on dépend tous les uns les autres. »

Entretien Laura Houlgatte, UNIC, 2 février 2023

L'arrivée de nouveaux acteurs bouleverse la compréhension du marché et pour les acteurs qui étaient jusque-là en place. Leur prise en compte et leur compréhension de la part des institutions européennes changent avec la dimension numérique et le tournant économique qui s'opère depuis plusieurs années. D'ailleurs ce glissement vers le numérique n'est rien d'autre qu'un moyen de plus d'approfondir la dimension économique des politiques culturelles. C'est à ce niveau que la rupture est avec les groupes d'intérêt car la solution aux problèmes évoqués est purement économique et elle ne prend pas en compte l'ensemble du secteur comme

un tout. C'est d'autant plus une mauvaise compréhension des nouvelles habitudes de consommation associée à l'essor de plateformes numériques.

Nous observons en Suisse que l'offre de films proposée est large et vaste avec des films provenant principalement des États-Unis ou d'Europe. Toutefois, les projections se concentrent sur une cinquantaine de films générant ainsi « 60-70% » des entrées de cinémas. Nous constatons alors que les films américains ressortent gagnant de cette concentration des visionnages. En effet, bien qu'ils ne représentent qu'un quart de l'offre ils occupent 59% des projections et 69% des entrées (**Annexe 3**). Ainsi, les films européens et suisses sont majoritaires au niveau de l'offre mais face au États-Unis ils ne font pas le poids en termes de visionnage. C'est donc un premier constat d'échec pour la stratégie de la Commission européenne souhaitant contrecarrer les États-Unis sur le nombre. Cette stratégie de forte production, au risque de dégrader la qualité des œuvres soutenues, est l'aboutissement du tournant économique que les institutions ont choisi de prendre. Les acteurs du secteur défendent un modèle opposé à ce que défend la Commission européenne.

De plus, les plateformes VOD ne présentent pas des chiffres plus reluisants. Leur catalogue se compose uniquement à 30% de films déjà projetés en salle et ces 30% représentent environ 50% des visionnages totaux. Ce que nous remarquons aussi c'est que dans ces 30% les films américains représentent presque la moitié des films disponibles (**Annexe 4**). Ainsi, ce sont uniquement les plus gros films qui sont achetés et diffusés sur les plateformes de streaming. C'est pourquoi ce ne sont pas des solutions face aux trop nombreuses sorties selon les professionnels.

« Pour le film portugais que personne n'a acheté partout dans le monde se dire que si on le met sur Netflix, qui de toute façon va pas acheter en entre parenthèses. La Commission n'a toujours pas compris que s'il n'y a pas d'acheteur il n'y a pas de vendeur. Mais bon c'est pas faute de leur dire. Ce film portugais se retrouve peut-être sur une petite plateforme qui malheureusement pour elle, a été obligée de le prendre. Mais personne ne va aller le voir, oui il y a peut-être une personne ou 2 personnes, nous on a les chiffres via nos membres. Honnêtement les chiffres en VOD ils ont chuté là maintenant en dessous des niveaux pré-pandémic. C'était déjà pas brillant donc ça veut dire que ça représente rien, ça représente vraiment rien. Donc ça n'a aucun intérêt d'aller

mettre de la pression et surtout de l'argent en fait hein sur des films qui n'ont pas de public »

Christine Eloy, Europa Distribution, 24 février 2023

Nous observons alors une rupture dans la manière d'appréhender les plateformes de streaming. Une des raisons avancée est le manque de vision d'ensemble de la chaîne de valeur de la part de la Commission européenne. Selon les professionnels les plateformes de streaming et la VOD sont une suite aux schémas classiques du développement d'un film car à la fin seul ceux qui ont le mieux fonctionné y seront disponibles. Il y a une auto-régulation de l'industrie de l'audiovisuel selon Christine Eloy. En souhaitant contourner des étapes il y a le risque de casser la chaîne de valeur. D'autant plus que le modèle promu en finalité n'est pas viable car les films qui iraient sur les plateformes de streaming n'auraient pas eu de public. C'est dû au fait les films qui sont sur les plateformes de streaming sont les films qui auparavant ont eu un succès au box-office en salle, ceux qui bénéficient déjà d'un public.

C'est en ce sens que la dimension économique promue par la Commission européenne trouve une de ces limites. En effet, la demande en audiovisuel reste inchangée qu'elle soit en salle ou en VOD. C'est le signe pour les acteurs du secteur que tout ne peut pas être pris uniquement au regard d'une prisme économique et numérique. Cette position fût déjà défendue au moment de la dernière révision de la directive « service de médias audiovisuels » (SMA) (Vlassis, 2017). Les professionnels de l'audiovisuel critiquent la position de la Commission à vouloir traiter les plateformes de streaming comme des acteurs économiques car cette industrie revêt un caractère culturel qu'il ne faut pas occulter. Or, selon les professionnels le risque d'une telle démarche était de voir une concurrence déloyale entre les deux parties. Effectivement, les plateformes de streaming disent ne pas dépendre de la directive SMA car les questionnements qui se posent à leur activité sont principalement économiques et pas de l'ordre culturel. Bien que paradoxalement elles disent avec leur modèle à défendre et promouvoir une culture européenne.

De plus, le numérique a des effets socio-économiques qui ne sont pas interprétés de la même manière pour tous les acteurs. Le risque pour les acteurs du secteur c'est qu'une définition large du numérique soit acceptée et que les différents acteurs se retrouvent avec une

législation large ne prenant pas en compte les spécificités de chacun. C'est ainsi que se construit le discours des principaux groupes d'intérêt (Vlassis, 2017). La dimension numérique se trouve être une menace pour l'équilibre entre toutes les parties de la chaîne de valeur selon la définition qui est choisie. Pour certains acteurs l'audiovisuel est un milieu déjà numérisé avec le ticketing en ligne ou une analyse de données. La numérisation de cette industrie est déjà en place. La volonté d'une numérisation plus forte est alors un questionnement du modèle dans le fond.

C'est la volonté de transformer un système, sa manière de fonctionner et les objectifs poursuivis. Le numérique se trouve être un outil du changement promu par la Commission européenne. C'est un moyen de plus pour elle d'orienter les politiques publiques vers un paradigme économique de plus en plus structurant (Littoz-Monnet, 2015). La distribution en est un parfait exemple car ses revenus dépendent majoritairement de l'équilibre trouvé que le numérique et son nouveau modèle tendent à dérégler. Cette volonté est notamment portée par la DG Connect et la séparation de MEDIA du portefeuille des politiques culturelles. Ce que nous observons alors c'est la rupture idéologique entre les groupes d'intérêt et les institutions européennes et ce notamment sur la dimension numérique de l'audiovisuel. Le numérique est la dynamique principale du changement qui amène donc une rupture entre les deux parties. Il permet un approfondissement de ce qui avait déjà été mis en place. C'est un pas en avant vers le paradigme économique des politiques de l'audiovisuel. Mais c'est aussi un moyen pour l'UE de sortir du modèle français qui s'imposait jusque-là (Calligaro, 2017). En effet, la promotion des nouvelles opportunités offertes par le numérique ouvre le champ à tout un nouveau secteur qui ne disposait pas de subventions jusque-là. Le numérique accompagne donc le processus de légitimation et d'autonomisation de l'UE vis-à-vis des autres acteurs du secteur.

Ainsi, le paradigme économique s'affirme comme orientation principale du programme MEDIA et vient justifier aussi l'ancrage économique des politiques culturelles européennes. Cette imposition passe par le basculement vers le numérique comme étant une source d'opportunité pour l'avenir et son adaptation aux futurs enjeux du marché et du secteur. Cette dynamique n'est pourtant pas partagée par les autres acteurs du secteur.

II) Le numérique comme perspective d'avenir et de développement pour le secteur : un constat non partagé par les acteurs du secteur.

Enfin, la mise en place du changement passe par l'intégration des nouvelles technologies et du numérique dans les politiques de l'audiovisuel. Comme nous l'avons évoqué précédemment ces changements et l'inclusion du numérique répondent à la volonté de l'UE de prendre le programme MEDIA sous un angle plus économique. C'est un paradigme structurant de celui-ci. C'est donc pour l'UE une nouvelle opportunité que le secteur doit prendre pour se développer à l'avenir. Il faut s'adapter aux nouvelles pratiques de consommation. Ces nouvelles pratiques ont aussi un impact sur la manière de produire car les réseaux et les acteurs concernés ne sont pas les mêmes.

Ce constat de la Commission ne fait pas l'unanimité chez les représentants du secteur car cela implique la remise en cause de leur modèle de fonctionnement. Comme nous l'avons vu le modèle est construit sur un équilibre précaire (Vlassis, 2017) où chacun dépend les uns des autres. C'est ce modèle que le numérique tend à bouleverser. Cet équilibre est décrit comme précaire car il repose sur un ensemble de métiers et de secteurs où de nombreux indépendants travaillent. Ces structures à la marge des grands groupes et intégrées dans ce système risquent de ne plus être incluses dans le nouveau système avec les nouveaux acteurs liés à l'essor du numérique. Ces acteurs risquent d'être remplacés par de nouveaux acteurs gravitant autour des technologies numériques.

« Notamment avec la partie jeux vidéo qui s'est rajoutée au dernier programme pluriannuel on a beaucoup d'argent qui est mis sur leur volet 360°, réalité virtuelle. On a la création d'un groupe de travail sur la réalité virtuelle dans laquelle il n'y a pas d'acteurs de la culture il n'y a que des acteurs de la tech et donc du coup finalement il y a une transformation de ce fonds qui est un fonds culturel en un fonds industrie du divertissement »

Entretien Juliette Prissard, Eurocinema, 2 février 2023

Nous observons un basculement dans le profil des acteurs promus. Avec ce changement c'est aussi tout une mutation sur la manière de fonctionner. Le système actuel fonctionne grâce à ces nombreuses interdépendances. C'est ce qui caractérise l'organisation du secteur en France

mais aussi dans le reste de l'Europe. Dans tout ce maillage, nous retrouvons aussi bien des grands groupes que des indépendants. C'est pour préserver cette diversité qu'il est engagé une politique interventionniste, notamment en France. Comme nous l'avons vu cette volonté à voulu être répétée au l'échelle européenne (Calligaro, 2017) Ainsi, le numérique participe à une redéfinition du modèle économique de l'audiovisuel. Le risque à terme, selon le secteur, est la perte d'indépendance d'au moins une partie du secteur.

Ce phénomène viendrait du fait que l'intervention publique doit être ciblée dans le but de préserver cette indépendance. Il y a, selon eux, le besoin de toujours garder à l'esprit le rôle et le pouvoir des acteurs de l'audiovisuel. Le numérique vient bouleverser cet acquis au sein de l'UE. La vision promue est celle où cette diversité des acteurs et diversité des récits seront maintenues par le marché. Seul les plus compétitifs arriveront à se maintenir. La notion de diversité est aussi associée à celle des contenus.

« C'est ce que le programme média cherche à faire et dire que la diversité c'est la diversité des contenus c'est la diversité de ceux qui les font c'est la diversité des entreprises »

Entretien Laurianne Bertrand, DG EAC, 27 février 2023

Cette diversité des contenus ouvre alors le champ des subventions à de nouveaux acteurs et à de nouvelles opportunités économiques. Pour les professionnels du secteur l'ouverture de la notion de diversité comporte un risque majeur : c'est le passage d'une intervention favorisant la diversité artistique subventionnant alors un audiovisuel qui sans les aides publiques n'aurait pas pu être viable, à une diversité des contenus subventionnant alors tous types de programmes. Nous avons une opposition des visions de l'intervention publique. Ce qui ressort alors c'est la redéfinition de l'intervention publique en matière de politique culturelle. Celle-ci privilégie le modèle économique face aux aspirations culturelles du secteur. Cette redéfinition passe comme nous l'avons évoqué par l'utilisation des nouvelles technologies par les sociétés de la « tech ».

C'est ainsi, que le marché et les nouvelles technologies redéfinissent la dimension de l'indépendance dans le secteur de la création audiovisuelle. Il se met alors en place tout un

nouveau système où la création culturelle s'apparente plus à un système de sous-traitance où les producteurs répondent à des commandes des sociétés comme les plateformes de streaming.

« On aurait plus cette idée d'être dans une force de proposition mais une forme de prestations de service. Cette tendance-là elle s'accompagne d'abord de l'arrivée des plateformes dans le secteur qui sont dans une logique de prestation de services. Vous avez des producteurs clairement et les plateformes ne veulent pas des producteurs indépendants mais des prestataires de services qui fabriquent des films localement pour leur compte. Donc la notion de contrôle financier et artistique par le producteur n'est plus envisagée. C'est vrai pour Netflix Amazon ou ce que vous voulez. C'est ce qu'on appelle « comisionning », comme prendre une commission sur un budget. En français on appelle ça de la production exécutive. »

Entretien Juliette Prissard, Eurocinema, 2 février 2023

Nous observons ici un basculement du système économique de l'audiovisuel et de l'impact qu'a l'idée de promotion de contenu. C'est une conséquence directe du tournant économique pris par les politiques audiovisuelles en Europe. C'est pourquoi nous observons une rupture entre les institutions et les professionnels car ils n'ont pas les mêmes aspirations économiques. Et le modèle économique ne sera que le résultat de la politique menée avec plus ou moins d'interventions de la part de l'UE défendant plus ou moins l'indépendance.

Le numérique est une nouvelle étape dans l'abandon progressif d'un soutien à la « culture haute » (Bourdieu, 1979). Or c'est bien l'abandon de ce principe directeur, qui selon les groupes d'intérêt remet en cause la préservation de la diversité culturelle européenne (Polo, 2003). Ce même principe ne peut s'appliquer sans la liberté d'expression et de création. Ces principes sont remis dans les mains des grands groupes et des plateformes devenant les principales sources de création et de diffusion. Il n'y a pas que le maillon de la création qui peut être impacté. Si nous maintenons une diversité de créations mais que la diffusion se retrouve dans les mains de quelques organisations nous risquons de voir seulement quelques œuvres diffusées. Le risque à terme selon les professionnels du secteur c'est de voir une harmonisation des contenus promus au sein de l'UE. Selon eux la diversité des contenus ne veut pas dire la diversité des récits. Alors que la diversité des acteurs permet le maintien de cette diversité des récits. C'est donc un modèle économique totalement différent qui est subventionné. Ce changement d'orientation, comme nous l'avons vu, est dû au contexte de la

pandémie qui a mis en évidence ce secteur comme structurant et comme un nouvel acteur incontournable du secteur du milieu de l'audiovisuel.

Cette situation fait écho à l'important lobbying mené par les États-Unis en vue d'avoir dans les traités de libres échanges une position plus libérale de la part de l'UE (Richieri Hanania, 2017). Un des arguments souvent avancée par les États-Unis pour défendre cette position fût les nouvelles technologies comme amenant à ce besoin de libéralisation. C'est pourquoi l'intégration de cette dimension et la réorientation du programme MEDIA apparaît comme l'avènement de ce travail de longue date. L'intégration du numérique ouvre alors le champ de l'exception culturelle européenne à de nouvelles activités. C'est grâce à une définition qui a su rester floue tout du long du fait du compromis entre les États. C'est avec cette incertitude quant aux limites de l'exception culturelle que la dimension numérique a pu être englobée. C'est donc un pas de plus vers une vision libérale des politiques audiovisuelles qui comme nous l'avons vu prône une diversité des contenus via les nombreuses possibilités qu'offrent les nouvelles technologies.

Toutefois, ce modèle présente certaines limites, notamment sur l'espoir que représente le numérique en termes de promotion de nouveau contenu. En effet, tout comme cela a été montré pour l'industrie de la musique, la VOD reproduit la hiérarchie de ce qui a bien marché en termes de vente de billet dans les salles. Ce phénomène fût étudié par Irène Bastard, elle démontre ainsi que les « audiences en ligne reflète toujours les rapports et les hiérarchies du monde traditionnel » (Bastard et al, 2012). Ainsi, il est vrai que les plateformes de streaming offrent une visibilité plus importante mais cela ne se traduit pas obligatoirement par des audiences plus fortes. Les artistes connus et reconnus dans les médias traditionnels le sont aussi en ligne. C'est ce que nous avons observé avec le cas de la Suisse où les films proposés en VOD sont ceux qui ont le mieux fonctionné en salle (**Annexe 4**).

C'est un constat défendu par les professionnels du secteur mais qui n'est pas pris en compte par les institutions européennes. C'est en ce sens que nous pouvons parler d'une rupture entre les deux parties quant aux perspectives de développement. Cette perspective est vue comme stérile par les professionnels car ses limites sont prouvées et identifiables. Cela est

révélateur d'une volonté accrue de la part de l'UE d'orienter les politiques culturelles vers un modèle de plus en plus tourné vers le marché et compétitivité des biens et services culturels.

Ainsi, la numérisation du secteur audiovisuel comporte encore des zones d'ombres quant aux impacts que cela peut avoir sur le secteur. Elles sont inhérentes au fait qu'il est aujourd'hui impossible de savoir jusqu'où va aller cette numérisation de l'audiovisuel. Toutefois, la prise en compte de cette nouvelle technologie est un véritable changement de l'intervention publique en matière culturelle au sein de l'UE. Nous pouvons imaginer une ouverture de cette dimension aux autres programmes européens de la culture. Ainsi, ce premier changement peut être à l'initiative de nombreux autres changements.

Conclusion

Ce mémoire a ainsi cherché à comprendre les dynamiques du changement au sein du programme MEDIA, les conditions de sa mise en place et les moyens utilisés pour qu'il puisse être mis en œuvre.

C'est pour cela que nous avons d'abord évoqué la création du programme et la genèse des politiques culturelles, et plus spécifiquement, des politiques de l'audiovisuel dans les compétences de l'Union européenne. Celles-ci furent le résultat d'un long travail de mise à l'agenda politique et de concurrence entre les différentes DG. Ce conflit est idéologique car le résultat est celui qui donnera l'orientation du programme MEDIA. C'est pourquoi les États se sont vite emparés de la problématique pour venir défendre leur vision des politiques culturelles. Toutefois, bien que l'orientation et donc la manière d'agir puissent être différentes l'objectif poursuivi est commun. La volonté est de créer un sentiment d'appartenance européen permettant une intégration européenne plus profonde sur une base culturelle commune. La culture est donc perçue comme un outil de l'intégration européenne

C'est ainsi qu'à la fin des années 1980 c'est la vision interventionniste française qui sera gardée. Cette marque française est un élément central dans la compréhension des enjeux qui traversent cette politique car elle oriente directement les projets soutenus. Elle est une « *path dependency* » majeure dans le programme MEDIA dont la Commission européenne tentera à plusieurs fois de s'extraire. C'est donc sur ce postulat implicite que se sont constituées toutes les manœuvres pour engager le changement d'orientation du programme MEDIA. Ce changement sera idéologique privilégiant alors une définition plus libérale des politiques de l'audiovisuel voyant plus le secteur comme une industrie.

Pour mettre en place ce changement différentes stratégies sont élaborées par les instances européennes. Tant sur le fond que sur la forme. La forme passe par un détachement du programme MEDIA des autres politiques culturelles européennes soutenant ainsi la vision libérale qui est promue. Pour ce qui concerne le fond nous avons observé l'orientation du programme MEDIA vers de nouveaux objectifs allant dans le sens d'un programme

majoritairement tourné vers la compétitivité économique. Le Covid-19 fût une opportunité conjoncturelle pour approfondir les éléments du changement déjà mis en place jusque-là.

Pour mettre en œuvre ce changement l'UE va s'appuyer sur deux canaux principaux pour permettre de le justifier et l'initier en étant présenté comme des raisons le contraignant. Ces éléments sont le besoin de verdissement des politiques publiques européennes et le besoin de s'adapter au contexte de l'audiovisuel. Ce nouveau contexte se caractérise par une montée en puissance de nouveaux acteurs issus du milieu du numérique et des nouvelles technologies. Ces deux enjeux sont alors présentés comme les principaux moteurs du changement et répondant aux différents objectifs de l'UE c'est-à-dire une économie compétitive et respectueuse de l'environnement.

L'implication de ces nouvelles dimensions rebat les règles du jeu en vigueur depuis 30 ans et la création du programme MEDIA. Ce que révèle notre travail de recherche c'est une véritable rupture idéologique avec les instances européennes tant sur la manière de faire que sur la manière dont fonctionne le secteur de l'audiovisuel. Chacun essayant de défendre sa position lors du dernier programme pluriannuel qui verra toutefois l'aboutissement d'un processus de changement entamé des années auparavant.

Comme nous l'avons vu la dimension principale de ce changement est le résultat de la volonté de l'UE de s'adapter aux nouvelles dynamiques du marché. Elle va donc valoriser ces nouveaux acteurs qui portent le changement et le tournant numérique qu'elle souhaite impulser dans le programme MEDIA. Cela se fera au détriment des acteurs traditionnels et de leur vision défendue.

Le changement d'orientation du programme MEDIA s'apparente alors à un travail sur le long terme de la part des institutions européennes souhaitant défendre leur vision des politiques européennes de la culture et de l'audiovisuel.

Durant la réalisation de ce mémoire nous avons rencontré différentes difficultés et limites pour sa réalisation. Le principal étant la taille des structures à interroger. Étant de petites équipes il a parfois été difficile de les rencontrer surtout que la majeure partie de l'enquête s'est déroulé à la même période que la Berlinade. Il était ainsi encore plus difficile de rencontrer les acteurs.

Enfin, le travail que nous venons d'achever pourra à l'avenir être complété par de nouveaux qui regarderont eux aussi le changement d'orientation de MEDIA. Au stade où nous en sommes il existe différentes possibilités pour son orientation future. Ainsi, il sera judicieux de regarder comment s'organisent les groupes d'intérêt et jusqu'à quel niveau nous pouvons dire que leurs stratégies sont efficaces au regard de la défense de leurs intérêts.

Bibliographie :

- Alcaud, David, et Jean-Miguel Pire. « Sociologie de la politique culturelle européenne. Stratégies et représentations des acteurs dans un processus d'institutionnalisation contrarié » *Sociologie de l'Art*, vol. ps8, no. 1, 2006, pp. 131-161.
- Bastard, Irène, et al. « De la visibilité à l'attention : les musiciens sur Internet ». *Réseaux*, vol. n° 175, no. 5, CAIRN, Nov. 2012, pp. 19-42.
- 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.
- Bourdieu, Pierre. *La distinction : critique sociale du jugement*. Les Editions de minuit, 1979.
- Calligaro, Oriane. « Introduction - La politique européenne de la culture. Entre paradigme économique et rhétorique de l'exception » *Politique européenne*, vol. 56, no. 2, 2017, pp. 8-28.
- 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.
- Crozier et Friedberg. « Introduction », 1977, *L'acteur et le système*, pp 13-41.
- Dupuy, Claire, et Virginie Van Ingelgom. « Comment l'Union européenne fabrique (ou pas) sa propre légitimité. Les politiques européennes et leurs effets-retours sur les citoyens », *Politique européenne*, vol. 54, no. 4, 2016, pp. 152-187.
- Garraud, P. « Politiques Nationales : L'élaboration de l'agenda », *L'Année Sociologique*. 1990, pp. 17-41.
- Geay, Kevin. « Enquête sur les Bourgeois. Aux marges des beaux quartiers » Paris, Fayard, 2015.
- Grossman, Emiliano, et Sabine Saurugger. « Chapitre 3 - Les groupes d'intérêt et l'État : comprendre la variété des relations », *Les groupes d'intérêt. Action collective et stratégies de représentation*, sous la direction de Grossman Emiliano, Saurugger Sabine. Armand Colin, 2012, pp. 93-130.
- Grossman, Emiliano, et Sabine Saurugger. « Chapitre 6 - La représentation des intérêts dans l'Union européenne » , , *Les groupes d'intérêt. Action collective et stratégies de représentation*, sous la direction de Grossman Emiliano, Saurugger Sabine. Armand Colin, 2012, pp. 211-250.
- Hassenteufel, Patrick, et Yves Surel. « Des politiques publiques comme les autres ? Construction de l'objet et outils d'analyse des politiques européennes », *Politique européenne*, vol. 1, no. 1, 2000, pp. 8-24.
- Hassenteufel, Patrick, et Yves Surel. « Normalisation ou dilution de l'analyse des politiques publiques européennes ? », *Politique européenne*, vol. 50, no. 4, 2015, pp. 200-227.
- Hassenteufel, Patrick. « Chapitre 7. Les changements de l'action publique » *Sociologie politique de l'action publique*. sous la direction de Hassenteufel Patrick. Armand Colin, 2021, pp. 219-285.
- Heinich, Nathalie. « Les frontières de l'art à l'épreuve de l'expertise. Politique de la décision dans une commission municipale », *Politix*, vol. 38, no. 2, 1997, pp. 111-135.
- Laurens, Sylvain et Michel, Hélène. « Les organisations patronales au niveau européen : développement et institutionnalisation d'une forme de représentation des intérêts patronaux (années 1950-1980) ». *Genèse des organisations patronales en Europe (xix e-xx e siècles)*. sous la direction de Fraboulet, Danièle et Vernus, Rennes, PUR, 2012, p. 317-330.
- Lecler, Romain. « V. Circulations culturelles », Romain Lecler éd., *Sociologie de la mondialisation*. La Découverte, 2013, pp. 89-106.
- Lecler, Romain. « Une diversité sur mesure. Les conditions d'existence d'un cinéma du « Sud » », *Sociologie*, vol. 8, no. 2, 2017, pp. 139-160.

- Lemieux, Cyril. « 2 – Problématiser », Serge Paugam éd., *L'enquête sociologique*. Presses Universitaires de France, 2012, pp. 27-51.
- Littoz-Monnet, Annabelle. 'European Cultural Policy : A French Creation?' *French Politics*, vol. 1, no. 3, Springer Science and Business Media LLC, Nov. 2003, pp. 255–278.
- Littoz-Monnet Annabelle. « Agenda-Setting Dynamics at EU Level: The Case of the EU cultural Policy », *Journal of European Integration*, vol. 34, issue 5, 2012, pp. 505-522.
- Littoz-Monnet, Annabelle. 'Encapsulating EU Cultural Policy into the EU's Growth and Competiveness Agenda : Explaining the Success of a Paradigmatic Shift in Brussels'. *Cultural Governance and the European Union*, Palgrave Macmillan UK, 2015, pp. 25–36.
- Lombard, Alain. « Chapitre III. Répartition des rôles » Alain Lombard éd., *La diplomatie culturelle*. Presses Universitaires de France, 2022, pp. 32-47.
- Massart-Piérard, Françoise. « Le Parlement européen : l'irrésistible mouvement de conquête des pouvoirs », *Revue internationale de politique comparée*, vol. 16, no. 4, 2009, pp. 545-557.
- Michel, Hélène. « BusinessEurope au-delà du « lobbying » : le travail d'intégration européenne d'une organisation patronale », *Critique internationale*, vol. 59, no. 2, 2013, pp. 133-155.
- Mazey, Sonia, et Jeremy Richardson. « Chapitre 1. Pluralisme ouvert ou restreint ? Les groupes d'intérêt dans l'Union européenne » Richard Balme éd., *L'action collective en Europe*. *Collective Action in Europe*. Presses de Sciences Po, 2002, pp. 123-161.
- Offerlé, Michel. *Sociologie des groupes d'intérêt*. 2e édition, Montchrestien, 1998.
- Polo, Jean-François. « La naissance d'une direction audiovisuelle à la commission : la consécration de l'exception culturelle », *Politique européenne*, vol. 11, no. 3, 2003, pp. 9-30.
- Richieri Hanania, Lilian. « L'action culturelle dans la politique commerciale extérieure de l'UE. Assurer la spécificité des biens et services culturels à l'ère du numérique », *Politique européenne*, vol. 56, no. 2, 2017, pp. 124-145.
- Robert, Cécile. « L'expertise comme mode d'administration communautaire : entre logiques technocratiques et stratégies d'alliance », *Politique européenne*, vol. 11, no. 3, 2003, pp. 57-78.
- Robert, Cécile. « Doing politics and pretending not to : the Commission's role in distributing aid to Eastern Europe. », *Politics and the European Commission. Actors, interdependence, legitimacy*, Andy Smith, 2004, pp. 17-29.
- Schlesinger, Philip. « The creative economy: invention of a global orthodoxy. », 30th Anniversary Issue: The structural change of knowledge & the future of the social sciences, vol. Volume 30, *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 2017, pp. 73-90.
- Stone Sweet Alec & Sandholtz Wayne. « European integration and supranational governance », *Journal of European Public Policy*, vol. 4, 1997, pp. 297-317.
- 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.
- Winsback, Paul-Malo. « Romain Lecler. Une contre-mondialisation audiovisuelle, ou comment la France exporte la diversité culturelle. Paris, Sorbonne Université Presses, 2019, 308 pages. », *Critique internationale*, vol. 89, no. 4, 2020, pp. 195-199.

Documents officiels :

Commission européenne. « European Governance – A white Paper.» *EUR-Lex*, 2001, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52001DC0428>. Consulté le 21 mai 2023.

COMMUNICATION DE LA COMMISSION AU PARLEMENT EUROPÉEN, AU CONSEIL EUROPÉEN, AU CONSEIL, AU COMITÉ ÉCONOMIQUE ET SOCIAL EUROPÉEN ET AU COMITÉ DES RÉGIONS. « Le pacte vert pour l'Europe. » *EUR-Lex*, 2019, https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:b828d165-1c22-11ea-8c1f-01aa75ed71a1.0022.02/DOC_1&format=PDF. Consulté le 21 mai 2023.

Directorate-General for Education, Youth, Sport and Culture (European Commission). « Creative Europe 2021-2027 - Push Boundaries.» *Publications Office of the EU*, 2021, <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/3986bb70-7358-11ec-9136-01aa75ed71a1>. Consulté le 21 mai 2023.

Sites internet souvent consulté :

Site européen de la transparence : [Transparency register \(europa.eu\)](https://transparencyregister.europa.eu)

Relais Culture Europe à Paris : [Home | Relais Culture Europe \(relais-culture-europe.eu\)](https://relais-culture-europe.eu)

Page du Volet MEDIA : [Europe créative – Volet MEDIA | Culture and Creativity \(europa.eu\)](https://europa.eu/creative-europe/volet-media)

Annexes :

Annexe 1 : Grille d'entretien de Laura Houlgatte de L'UNIC	74
Annexe 2 : Tableau des enquêtés.....	76
Annexe 3 : Graphique représentant La diversité de l'offre et de la demande sur l'année cinématographique suisse en 2022.....	77
Annexe 4 : Graphique représentant la vidéo à la demande (VoD), en 2021 : Offre de films et utilisation selon l'origine des films	78

Annexe 1 : Grille d'entretien de Laura Houlgatte de L'UNIC

Phrase introductive

Bonjour, je suis un étudiant en affaires européennes à l'Université de Lille. Dans le cadre de mon master je dois réaliser une enquête empirique. Comme je vous ai expliqué dans le premier mail celui-ci concerne le programme MEDIA, ses parties prenantes dans leurs rôles d'acteurs moteurs et diffuseurs. Tous les entretiens seront analysés et les conclusions de l'enquête pourront vous être transmises si vous le souhaitez après le processus d'évaluation de l'Université.

Thèmes	Questions
Parcours personnel	Quelle est votre formation universitaire et votre parcours professionnel avant votre emploi actuel ?
Le programme MEDIA et l'intégration des groupes d'intérêt	<p>Comment s'est passé la construction du dernier programme Europe créative avec les 2 DG si on peut dire et comment se passe vos relations avec la DG Connect, y a-t-il des rencontres à quelle fréquence ?</p> <ul style="list-style-type: none"> • La séparation du programme en 2 DG peut-elle être parfois difficile à appréhender pour la construction du programme dans sa globalité ? • Les visions entre les des 2 DG sur certains points (on pense au budget) peuvent-elles être divergente et parfois susciter des débats ? <p>Pouvez-vous émettre des avis envers le programme MEDIA dans vos relations avec la DG Connect ?</p> <p>Peut-il exister des zones de flous quant à qui doit traiter de telles ou telles questions et si oui comment cela est-il géré (entre les 2 DG) ?</p> <p>Comment cette répartition vous impact ? Y a-t-il pour la DG un enjeu de récupérer cette compétence ?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Donc un enjeu autour de la définition des politiques audiovisuelles comme culturels ou non ?

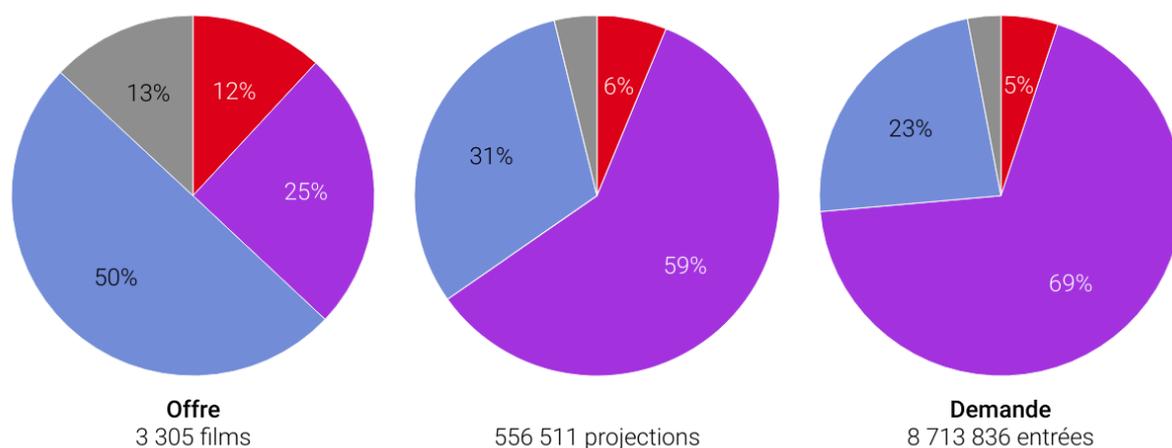
	<p>Quel regard portez-vous sur la dimension et la direction que prends le programme MEDIA au sein de la DG CONNECT ?</p> <ul style="list-style-type: none">• Il est question ici de la dimension numérique et écologique <p>Quelle place occupe ces deux dimensions dans la construction du programme et de son objectif principal qui est de construire des œuvres européennes.</p> <p>Sur le site européen de la transparence on voit notamment que vous avez rencontré des groupes d'intérêts du secteur de l'audiovisuel. En quoi est-il important de maintenir un lien avec ces représentant du secteur</p> <p>Est-il difficile de justifier d'un rdv formel avec les groupes d'intérêt de l'audiovisuel alors que vous n'avez pas les compétences de MEDIA ?</p> <p>Dans le cadre d'un trilogue envoyez-vous un représentant pour chaque DG ou un représentant commun qui va défendre la position commune ?</p> <ul style="list-style-type: none">• Si c'est une personne commune y a-t-il un enjeu sur le profil de la personne choisi ?
--	---

Annexe 2 : Tableau des enquêtés

Enquêtés	Profession	Caractéristiques sociales et trajectoires professionnelles	Date	Durée
LACOSTE Margaux	Responsable Europe créative - MEDIA	Études à Science politiques Aix A travaillé dans différentes structures culturelles et est depuis 6 ans dans le Relais Culture Europe	26 janvier 2023	53 minutes
PRISSARD Juliette	Directrice Générale EUROKINEMA	Formation de droit avec une spécialisation culturelle. Travaille au sein d'EUROKINEMA depuis 3 ans	2 février 2023	1h03
HOULGATTE Laura	Directrice Générale de l'Union internationale des cinémas (UNIC)	Études à Science politique Strasbourg. Travaille à l'UNIC depuis 7 ans et 5 ans à son poste actuel	2 février 2023	38 minutes
JOLY Emmanuel	Policy officer à la Commission européenne	Etudes de droit avec une spécialisation en droit des affaires et droit européen Il a travaillé dans le secteur industriel notamment sur la propriété industrielle	17 février 2023	40 minutes
ELOY Christine	Directrice Générale d'Europa distribution	Travaille depuis 7 ans au sein d'Europa Distribution	24 février 2023	1h47
BERTRAND Laurianne	Membre du cabinet de la commissaire européenne Mariya Gabriel	Etudes de droit, puis Science politique à Strasbourg puis Collège de Bruges Travaille à la Commission européenne depuis 12 ans et a travaillé au sein de l'unité MEDIA.	27 février 2023	30 minutes

*Annexe 3 : Graphique représentant La diversité de l'offre et de la demande sur
l'année cinématographique suisse en 2022*

Année cinématographique 2022: Diversité de l'offre et demande



■ Suisse ■ USA ■ Europe¹ ■ Autres pays

¹ Europe: États membres du Conseil de l'Europe (sauf la Suisse)

À cause des arrondis, le total peut différer légèrement de 100%.

Source: OFS – Statistique du film et du cinéma

© OFS 2023

Office fédéral de la statistique. « Entrées de cinéma. » *Office fédéral de la statistique*, 2023. Consulté le 16 mai 2023.

<https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/culture-medias-societe-information-sport/culture/film-cinema/entrees-et-films-en-prive.html>

**Annexe 4 : Graphique représentant la vidéo à la demande (VoD), en 2021 :
Offre de films et utilisation selon l'origine des films**

Video à la demande (VoD), en 2021

Offre de films et utilisation selon l'origine des films

Offre: tous les films



Offre: films de cinéma en VoD



Utilisation: tous les films



Utilisation: films de cinéma en VoD



■ Suisse ■ USA ■ Europe ■ Autres pays

Europe: États membres du Conseil de l'Europe (sauf la Suisse)
 Films de cinéma: reprises et nouveaux films projetés lors d'une séance au moins dans les cinémas suisses depuis 1995.
 (*) Les fournisseurs des services d'abonnement et de streaming (SVoD) n'appliquant pas tous la même définition des visionnements, les chiffres absolus de ces derniers ne sont pas publiés. Quant aux chiffres publiés pour les visionnements en termes relatifs selon l'origine du film, ils doivent être considérés comme se rapprochant de la répartition effective.

Source: OFS – Statistique du film et du cinéma (StatVoD) © OFS 2022

Office fédéral de la statistique. « Vidéo à la demande (VoD) Offre de films et utilisation selon l'origine des films. » Office fédéral de la statistique, 2022. Consulté le 16 mai 2023

<https://www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/culture-medias-societe-information-sport/culture/film-cinema/vod.html>