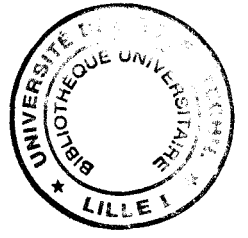


50374
1996
223

UNIVERSITE DE LILLE 1
FACULTE DE SCIENCES ECONOMIQUES ET SOCIALES



**STRATEGIES DES CHAINES DE TELE ET
INTERVENTION PUBLIQUE : L'IMPACT SUR L'OFFRE
DE PROGRAMMES DE FICTIONS EN EUROPE**

THESE POUR LE DOCTORAT DE SCIENCES ECONOMIQUES

**présentée et soutenue par
ERIC OLSZAK**

Directeur de recherche : Philippe ROLLET

Jury :

Pierre KOPP , Professeur à l'Université de Reims

Dominique REDOR , Professeur à l'Université de Lille 1

Hugues SACHTER , Maître de conférences à l'Université d'Artois

**Dominique SAGOT-DUVAUROUX , Maître de conférences à l'Université
d'Angers**

Novembre 1996



D 030 178950 8

L'Université de Lille 1
n'entend donner aucune approbation , ni improbation
aux opinions émises dans les thèses
Ces opinions doivent être considérées
comme propres à leurs auteurs .

A la mémoire de ma Grand-Mère
Pour mes Parents

A l'heure où ce travail s'achève , je tiens à exprimer ici toute ma reconnaissance à Monsieur le Professeur Philippe ROLLET pour l'attention et le temps qu'il m'a consacré tout au long de cette recherche . Ses critiques et ses encouragements m'ont grandement aidé à mener ce travail à terme .

Mes remerciements vont également :

à mon collègue et ami Bertrand ZUINDEAU pour ses encouragements tout au long de ce travail .

à mon collègue et ami Luc CHAMPARNAUD pour ses précieux conseils dans le domaine de l'Economie de la Culture .

à mon ami Eric GIOVANNINI pour l'intérêt qu'il a porté à mes recherches et pour m'avoir fait découvrir le milieu de la production cinématographique .

à mon amie Sophie CREPY-LAFORTUNE pour m'avoir fait découvrir le monde fascinant de la télévision .

à mon amie Sabine KOTLARZYK pour avoir accepté de relire et corriger ma thèse .

à tous mes étudiants et étudiantes que j'ai eu le plaisir de côtoyer depuis Octobre 1991 dans les travaux dirigés à l'Université de Lille 1 .

**STRATEGIES DES CHAINES DE TELE ET
INTERVENTION PUBLIQUE : L'IMPACT SUR
L'OFFRE DE PROGRAMMES DE FICTION EN
EUROPE .**

INTRODUCTION GENERALE

Depuis le milieu des années 80 , un conflit supplémentaire entre les Etats-Unis et la C.E.E en matière de commerce international est apparu venant s'ajouter aux nombreux problèmes qui existaient déjà ; il a pour cadre la libre circulation des productions audiovisuelles entre les deux zones géographiques .

Ce secteur d'activité fait l'objet de nombreuses controverses , car certains responsables politiques en Europe¹ considèrent qu'il appartient plus spécifiquement au "domaine culturel", ce dernier ne pouvant par ailleurs être assimilé aux autres secteurs que nous qualifions ordinairement de "marchand".

Derrière cette considération d'ordre général se cache en fait le problème de l' "exception culturelle" , qui consiste à ne pas prendre en compte dans les discussions du GATT , l'ensemble des mesures protectionnistes que les Etats membres ont mis en place pour protéger leurs industries audiovisuelles du flux continu de fictions américaines .

Il apparaît évident qu'il existe un grand déséquilibre dans ce domaine au profit des Etats-Unis , les statistiques relatives aux échanges de programmes audiovisuels nous montrent qu'ils en exportent environ 12 fois plus vers la CEE qu'ils n'en importent ².

Pour la plupart des observateurs , les facteurs explicatifs apparaissent relativement simples , la quasi-totalité des échanges portent sur les fictions qui représentent entre 30 et 40 % du volume global de diffusion des chaînes en Europe . Celles-ci , confrontées en fait à des problèmes de ressources , recherchent des programmes peu onéreux susceptibles de maximiser leur audience , ce qui les conduit à se tourner vers le seul pays susceptible de fournir simultanément une grande quantité de programmes , une qualité acceptable en même temps qu'un prix intéressant : les Etats-Unis .

En partant de cette constatation , on peut formuler trois hypothèses :

- il existe en Europe une inadaptation structurelle de l'offre à la demande de fictions expliquant ainsi le recours massif aux importations américaines .
- il y a un lien implicite entre ce phénomène et la présence massive de chaînes privées qui recherchent uniquement la maximisation de leur profit .
- la compétitivité des fictions américaines s'expliquerait essentiellement par les dimensions du marché intérieur des Etats-Unis , leur permettant de rentabiliser leurs produits avant même de les exporter ³.

¹ Intervention du président DELORS aux Assises de l'Audiovisuel à Paris , le 2 Octobre 1989 , in "La production audiovisuelle dans le marché unique " de M.MAGGIORE , on se referera aussi aux discours d'E.BALLADUR sur le même sujet en Décembre 1993.

² En 1992 , les ventes US vers la CEE s'élevaient à 3663 millions de dollars , alors que dans le même temps , les ventes de la CEE vers les USA ne s'élevaient qu'à 288 millions de dollars, soit un déficit de 3375 dollars au détriment de la CEE . Source : Les rapports du Sénat n° 514 .1993-1994 , page 124.

³ On pourra se référer pour l'occasion à la démonstration faite par OWEN en 1983 sur les économies de dimension pour la production italienne de machines à laver , in "Intégration Economique Européenne , Théorie et Pratique" Page 25 de P.MAILLET et P.ROLLET , 1988.

Si cette vision des choses apparaît séduisante et généralement admise par la plupart des observateurs , elle nous semble cependant incomplète , car elle souffre d'un défaut majeur en n'intégrant pas les évolutions passées et futures de ce secteur en Europe .

Par rapport à l'ensemble de ces considérations , on est conduit à se poser plusieurs questions :

- si la diffusion massive de fictions américaines était directement liée à l'existence de chaînes privées , cela impliquerait-il alors leur quasi-absence de la grille des programmes des chaînes publiques en Europe jusqu'au milieu des années 80 ? . Dans le cas contraire ne devrait-on pas y voir une domination initiale des Etats-Unis dans ce domaine ? .

- si les importations de fictions ont considérablement augmenté avec la création de chaînes commerciales en Europe , ne doit-on pas d'abord se poser la question du bien-fondé de la création de telles chaînes , s'interroger ensuite sur les mécanismes de transmission d'un tel phénomène à l'ensemble des Etats-Membres ? .

- si les exportations de fictions américaines vers l'Europe étaient liées à l'existence d'un grand marché intérieur aux Etats-Unis , cela supposerait-t-il que le décloisonnement des marchés nationaux des Etats membres soit de nature à modifier considérablement le flux de fictions ? .

Dans le cas contraire , ne serait-ce pas reconnaître l'inéluctabilité de la domination américaine dans ce domaine et considérer alors comme illusoire l'application de mesure de protection émanant de la Communauté ? .

Répondre à l'ensemble de ces interrogations constituera l'objet de notre travail , celui-ci veut d'abord privilégier une approche multidimensionnelle comparativement à une vision trop souvent exclusive du fonctionnement du secteur audiovisuel . Elle nous conduira à nous préoccuper plus particulièrement des stratégies des chaînes qui conditionnent l'offre de fictions sur le marché en aval (chaînes → téléspectateur) . Dans le même temps , nous examinerons également les structures de marchés qui déterminent en grande partie ces stratégies , posant comme principe que pour le secteur audiovisuel , celles-ci découlent directement de l'intervention publique (réglementation, promotion de nouvelles techniques de diffusion , etc) . Pour finir , nous prendrons également en compte un certain nombre d'éléments susceptibles de modifier la nature des fictions produites , (la dotation en facteurs de production , l'influence des industries en amont et apparentées et le rôle de la demande) .

Dans ces conditions , nous pourrions ainsi juger de la capacité plus ou moins grande dont dispose un pays quelconque d'offrir aux téléspectateurs des fictions de qualité en quantité suffisante . Les performances de chacun des pays pourront s'appréhender à travers trois paramètres de référence :

- le solde de la balance commerciale .
- l'adaptation à la demande nationale .
- l'adaptation à la demande mondiale .

Le premier de ces paramètres nous permettra de juger des performances globales d'un pays dans le secteur audiovisuel , le déficit ou l'excédent de sa balance commerciale nous indiquera sa capacité à améliorer ou à détériorer son solde global . Toutefois ce premier paramètre ne nous donne pour l'occasion qu'une information limitée dans le cas des programmes de fictions , dans la mesure où un excédent ou un déficit peuvent cacher des situations diverses au regard des performances . Ainsi un excédent n'est pas forcément un signe d'efficacité , si par ailleurs le montant des importations représente une grande part des programmes diffusés par les chaînes , marquant ainsi une forte dépendance du pays par rapport à l'extérieur . De la même manière , un déficit n'est pas dramatique en soi si le montant des importations ne concerne qu'une faible part des programmes diffusés .

Pour prolonger notre analyse , il convient d'introduire un deuxième paramètre qui prend en compte l'adaptation d'un pays à la demande nationale . Ce concept fut développé dans les années 70 , par des économistes français comme LAFAY (1973) en collaboration avec l'équipe du CEPII et MALAUSSENA DE PERNO (1975) . Il fait référence directement à la théorie de la spécialisation internationale et considère qu'un pays est mieux positionné par rapport aux échanges internationaux s'il s'attache à répondre au préalable à la demande nationale . Dans le secteur audiovisuel , elle se matérialise par le ratio suivant :

PROGRAMMES IMPORTES / VOLUME GLOBAL DE DIFFUSION DES CHAINES POUR UN PAYS

De cette manière , plus cette part est élevée moins le pays répond à la demande nationale . Certains pourraient nous objecter que le paramètre retenu est contestable , si dans le même temps la diffusion de fictions étrangères refléterait un goût prononcé des téléspectateurs nationaux pour ce genre de programmes . Pourtant , certains travaux récents nous porte à croire que dans la plupart des pays du monde , les téléspectateurs préféreront toujours regarder un programme national qu'un programme étranger , ce

dernier correspond en fait à une forme de "Second Best Choice" . Les travaux de WILDMAN et SIWEK (1988) sur les flux internationaux des programmes de télévision , ceux de REGOURD (1992) sur les systèmes audiovisuels en Europe nous montre de manière irréfutable une "préférence pour les programmes nationaux" .

Dans ces conditions , on peut admettre que les chaînes ne diffuseront que ce type de programmes , le recours aux importations matérialisant ainsi l'inadaptation de l'offre à la demande nationale , une inadaptation qui prendra deux formes :

- une inadaptation quantitative (les fictions originales qui sont produites par les chaînes européennes ne suffisent pas à remplir les grilles de programmes) .
- une inadaptation qualitative (les fictions originales ne correspondent qu'imparfaitement aux préférences des téléspectateurs) .

L'inadaptation quantitative peut résulter de la combinaison de deux paramètres , soit une chaîne décide d'augmenter continuellement sa durée de diffusion et elle finit par se trouver dans l'obligation de combler la totalité de sa grille de programme . Comme elle ne dispose pas de programmes nationaux en quantité suffisante , elle doit nécessairement recourir aux importations . Dans le même temps , l'Etat peut décider la création de nouvelles chaînes de télévision et contribuer ainsi à augmenter considérablement le volume global de diffusion au niveau national , le recours aux importations prend alors un caractère identique au cas précédent .

L'inadaptation qualitative prend une forme sensiblement différente parce qu'elle n'est pas forcément corrélée avec le volume global de diffusion . Elle apparaît chaque fois que les programmes nationaux ne correspondent pas aux attentes des téléspectateurs . Cette inadaptation peut avoir des origines diverses , par exemple , l'immixtion trop grande du gouvernement au sein de la programmation des chaînes , l'influence de certains réalisateurs jugés trop "élitistes", l'absence de mécanisme de prise en compte des préférences , etc . Dans ce contexte , les chaînes de télé se tournent naturellement vers les programmes étrangers qui demeurent d'assez bons substituts aux programmes nationaux .

La prise en compte de l'adaptation à la demande nationale , même si elle nous renseigne sur les capacités d'un pays à adapter parfaitement l'offre à la demande de fictions nous semble encore insuffisante , ce qui nous conduit à introduire un troisième paramètre , l'adaptation ou la capacité à répondre à la demande mondiale .

L'introduction de ce dernier paramètre nous permet d'apprécier la capacité qu'a un pays de générer des recettes supplémentaires à partir des fictions nationales ; ainsi , plus il exporte ces programmes , plus il se procure de revenus et a fortiori plus il apparaît performant . Dans le même temps , la capacité à répondre à la demande mondiale d'un

pays reflète d'une certaine manière l'inadaptation des autres pays à répondre à leur demande nationale .

On peut appréhender l'adaptation à la demande mondiale d'un pays à travers un seul indicateur de base :

- la part représentée par les fictions d'un pays par rapport au montant total des exportations de fictions .

Par rapport à l'ensemble de ces considérations , notre problématique consistera à montrer comment les différentes modalités de l'intervention publique d'une part , les stratégies des chaînes qui en découlèrent directement et l'influence de certains éléments d'autre part , conduiront à une inadaptation de l'offre à la demande de fictions en Europe à différentes périodes , obligeant à chaque fois les pays à recourir à l'importation massive de produits américains .

Constatant que les fictions américaines ont toujours occupé une place importante dans la programmation des chaînes européennes , cela nous conduit à admettre implicitement l'avantage concurrentiel des Etats-Unis sur l'ensemble des pays de la CEE dans ce secteur . La comparaison des performances respectives en matière d'offre de fictions nous entraînera dans le même temps à élaborer une forme de hiérarchie mondiale en fonction des résultats obtenus . Celle-ci laissera apparaître en filigrane un résultat plus ou moins inattendu , matérialisé par la supériorité de l'organisation libérale du secteur audiovisuel comparativement à une approche beaucoup plus étatique comme celle qui prévaut dans la plupart des pays européens (fixation d'un cahier des charges rigoureux, contrôle direct du contenu des programmes , etc) .

Ce résultat pourrait s'expliquer par une phrase : "Moins l'Etat intervient dans le secteur audiovisuel d'un pays , plus celui-ci paraît capable de répondre simultanément aux demandes nationales et mondiales" .

Cette proposition laisse ainsi apparaître au premier plan , le rôle moteur joué à la fois par les stratégies des chaînes et par l'ensemble des autres déterminants influant sur la qualité des fictions (dotations en facteurs , influence des industries en amont et apparentées , nature de la demande) . Dans le même temps , il relativise sensiblement l'action qu'exerce l'Etat sur le secteur audiovisuel considéré globalement .

Afin d'étayer notre démonstration , nous nous appuierons sur plusieurs éléments de la théorie économique qui demeurent cependant très éloignés les uns des autres . Avant de les définir successivement , il convient d'expliquer au lecteur les raisons de cette approche multidimensionnelle qui pourrait apparaître sinon atypique du moins contestable dans sa forme .

Bien que l'on puisse confiner l'analyse de l'offre de fictions dans une limite théorique très étroite matérialisée par l'étude de la fonction de production d'une chaîne de télé : une fiction représentant ainsi l' "output" ; on peut estimer cependant qu'elle s'insère dans un champs d'étude plus vaste qui englobe plusieurs disciplines économiques ;

- l'économie industrielle .
- l'économie publique .
- l'économie de la consommation .
- l'économie internationale .

L'objet de notre étude se réfère d'abord à l'économie industrielle en plaçant la stratégie des chaînes au centre de l'analyse . Celles-ci face à un environnement turbulent s'efforceront d'adopter des comportements destinés à leur assurer un avantage concurrentiel . En fonction de la stratégie utilisée , la nature de l'offre de fictions changera considérablement , pour les chaînes publiques et les chaînes à "péage" , elle prendra la forme d'un "input" impliquant une stricte séparation entre la diffusion du programme et la perception des ressources . A l'inverse , pour les chaînes commerciales et celle du "Pay per view" , elle prendra la forme d'un "output" avec comme conséquence de lier directement l'audience d'un programme au montant des recettes escomptées .

Cependant , l'aspect stratégique n'est pas le seul argument qui légitime l'utilisation d'instruments théoriques empruntés à l'économie industrielle , l'évolution des techniques de diffusion bouleverse également l'équilibre du secteur en permettant l'entrée de nouveaux opérateurs et en transformant par la même occasion les structures de marchés.

S'il demeure légitime de prendre en compte certains apports de l'économie industrielle , l'intégration de l'économie publique nous semble tout autant nécessaire en raison du caractère de "bien collectif" ordinairement attaché à la télévision ⁴ , celui-ci revêt deux aspects essentiels :

- le caractère indivisible d'un programme de télévision ne place pas les téléspectateurs en situation de rivalité les uns par rapport aux autres . Dans le cas présent , le fait pour un téléspectateur de regarder un programme n'a aucune incidence sur l'attention de celle de tous les autres .

⁴ PA.SAMUELSON : "The Pure Theory of Public Expenditure", Review of Economics and Statistics , Novembre 1954 , pp 350-355 .

- il est impossible d'interdire de regarder un programme à un ou plusieurs téléspectateurs , ce principe d'exclusion est ordinairement dévolu au prix qui sélectionne habituellement les individus susceptibles de consommer une marchandise .

Les caractéristiques particulières d'un "bien collectif" entraînent l'impossibilité de fixer un prix destiné à limiter l'accès à la consommation pour celui-ci , ce qui implique alors pour les entreprises qui produisent ce bien de ne pouvoir l'amortir par la vente . Dans ces conditions , seule l'intervention de l'Etat semble de nature à assurer la production de ce bien . Le rôle de la Puissance Publique au sein du secteur audiovisuel prend des formes multiples qui se traduisent tantôt par des investissements (constructions et entretiens d'émetteurs hertziens , lancement de satellites de diffusion directe et développement des réseaux câblés , etc) , tantôt par des actions dans le domaine réglementaire (contrôle de l'activité des chaînes , etc) .

La nature collective des activités audiovisuelles ne doit pas nous faire oublier qu'une fiction diffusée est d'abord destinée à satisfaire les téléspectateurs , ces derniers à travers leurs attitudes contribueront en grande partie à modeler l'offre des chaînes . L'étude des comportements de consommations audiovisuelles constitue un autre champ d'analyse qu'il convient également de prendre en compte . En effet , certains éléments comme la préférence pour les "programmes nationaux" qui consiste pour les téléspectateurs à privilégier l'audience des fictions produites par les chaînes contribuent d'une certaine manière à rendre compétitives les fictions nationales par rapport aux importations . De la même manière , l'existence d' "effets d'imitation" qui implique pour certains groupes de téléspectateurs de calquer leurs attitudes sur celles adoptées par d'autres groupes et la focalisation de l'audience sur certains types de programmes parviennent à eux deux à expliquer une certaine uniformité de l'offre de programmes émanant des chaînes .

Pour terminer , nous ne serions pas totalement exhaustif si nous ferions abstraction par ailleurs du champs international dans lequel se déplacent les fictions , celles-ci demeurent pratiquement les seules productions audiovisuelles à faire l'objet de transactions internationales massives provoquant par la même occasion des mouvements tantôt négatifs , tantôt positifs de la balance commerciale .

La multiplicité des approches concernant l'offre de fictions émanant d'un pays nous conduisent à utiliser plusieurs instruments empruntés à la théorie économique :

- l'analyse portérienne des fondements de l'avantage concurrentiel des firmes et son prolongement à celui des nations .
- la théorie du choix des consommateurs applicable au secteur audiovisuel .

- le modèle de base destiné à apprécier les effets d'une politique protectionniste sur les échanges internationaux .

Les travaux de PORTER (1990) sur les déterminants de l' "avantage concurrentiel d'une nation" qui prolongent en fait certaines contributions plus anciennes sur le comportement des firmes (1980) , présentent selon nous un triple intérêt dans le cadre de notre travail . Dans un premier temps , ils nous permettent d'établir une hiérarchie mondiale des pays en fonction de leur capacité à offrir des fictions , tout en valorisant à côté certains aspects comme la nature des infrastructures naturelles et les performances de l'industrie électronique qui sont susceptibles d'expliquer ainsi l'hégémonie d'une nation dans la production audiovisuelle .

Dans un deuxième temps , en redéfinissant au préalable la forme du schéma "portérien" initial , on peut redonner toute sa place au concept de "système audiovisuel" , celui-ci très souvent utilisé dans le cadre de comparaisons internationales portant sur les mérites respectifs des chaînes , restait marqué par son caractère plutôt descriptif .

Le concept de "système audiovisuel" qui fut mis en évidence par les travaux de LE DIBERDER et COSTE-CERDAN (1986) , par ceux de KOPP (1990) et REGOURD (1992) a pour cadre l'analyse du fonctionnement des différents secteurs audiovisuels nationaux . Un système audiovisuel se définit comme l'interaction entre un système technique d'une part , qui décrit l'ensemble des opérations nécessaires à l'acheminement de l'image de l'émetteur vers le récepteur , un système économique d'autre part , qui définit simultanément les relations qu'entretiennent les diffuseurs avec les producteurs en amont et avec les téléspectateurs en aval .

Dans un troisième temps , après avoir intégré le concept de "système audiovisuel" au sein de l'analyse "portérienne" , nous serons conduit à modifier le schéma initial en "losange" pour une nouvelle structure de forme "pyramidale" . Cette dernière nous permettra de dégager trois grandes formes d'organisation du secteur audiovisuel ayant chacune des caractéristiques propres que nous appellerons "système" :

- un système "américain" concurrentiel .
- un système "anglais" que l'on peut qualifier d' "hybride" .
- un système "français" fonctionnant sous un monopole d'Etat .

Au sein de chaque système , nous aurons l'occasion de définir plus précisément la nature des stratégies empruntées par chacune des chaînes de télévision pour se procurer un avantage concurrentiel en distinguant à chaque fois la politique générale de la chaîne (relations avec les autorités de tutelles , gestion de la main d'oeuvre , etc) et sa stratégie de programmation (notamment aux heures de grande écoute) .

PORTER distingue quatre type de stratégie (1980) :

- la stratégie de domination par les coûts .
- la stratégie de différenciation .
- la stratégie de concentration sur un segment en dominant les coûts .
- la stratégie de concentration sur un segment par la différenciation .

La prise en compte de ces stratégies nous semble utile pour deux raisons , elle suppose de juger d'abord le comportement des chaînes dans un environnement instable , elle nous conduit ensuite à nous interroger sur leur compatibilité avec d'autres stratégies que nous qualifierons de "coopératives".

Afin de mieux comprendre les comportements du téléspectateurs européens , nous nous appuierons sur les éléments suivants :

- la théorie du choix des programmes de STEINER (1954) .
- le modèle du contenu des programmes de NOAM (1987) .
- l'effet d' "imitation" de DUESENBERY (1949) .

Les contributions respectives de STEINER et de NOAM qui s'inspirent des travaux d'HOTELLING (1929) sur les effets de la concurrence pure et parfaite seront susceptibles de nous expliquer comment les chaînes adaptent leur programmation en fonction du goût des téléspectateurs ; l'utilisation de l'effet d' "imitation" de DUESENBERY nous permettra d'expliquer pourquoi les téléspectateurs européens adoptent avec un certain décalage les pratiques télévisuelles rencontrées aux Etats-Unis.

Pour finir , afin de mieux analyser les conséquences de la mise en place d'une politique protectionniste , nous aurons l'occasion d'utiliser le modèle basique qui peut s'appliquer à une multitude de secteurs y compris celui de la télévision . Par rapport à ce modèle , nous introduirons un certain nombre d'hypothèses en vue d'une application plus concrète au secteur audiovisuel ; ainsi la courbe d'offre représentera indifféremment le comportement des producteurs de programmes et celui des chaînes , dans le même temps , la courbe de demande décrira respectivement la demande en programmes des chaînes de télévision et celle exprimée par les téléspectateurs .

Après avoir défini les différents éléments théoriques qui constitueront l'ossature de notre thèse , il convient maintenant d'en définir son plan ainsi que l'enchaînement de ses différentes parties , soucieux de privilégier une approche multidimensionnelle , chacune d'elle retracera une période spécifique liée à certaines caractéristiques de fonctionnement du système audiovisuel en Europe .

Ainsi , nous nous placerons dans un premier temps par rapport à un angle plutôt macro-économique marqué d'abord par une concurrence entre les Etats , dans un deuxième temps , nous privilégierons plutôt une approche micro-économique en considérant qu'il existe avant toute chose une concurrence entre les chaînes au sein de chaque pays . Pour finir , nous nous situerons dans une nouvelle perspective qui ne considère plus la concurrence entre chaque Etat , mais plutôt celle qui pourrait survenir entre deux zones géographiques : les Etats-Unis et la Communauté Européenne . Dans le même temps , nous admettrons qu'il existe des comportements stratégiques différents de ceux habituellement adoptés par les chaînes , des comportements que nous qualifierons de "coopératifs" marquant ainsi une opposition avec les comportements d' "affrontements" qui prévalaient jusqu'ici .

- **1 ère Partie** : La concurrence entre les Etats : une analyse des systèmes audiovisuels .
- **2 ème Partie** : La concurrence entre les chaînes : la généralisation européenne du modèle anglais .
- **3 ème Partie** : L'évolution des stratégies des chaînes et le redéploiement de l'intervention publique : quelques perspectives .

La première partie décrit le fonctionnement du secteur audiovisuel alors que celui-ci se reflétait à travers trois systèmes :

- un système "américain" que l'on rencontrait surtout aux Etats-Unis et qui se caractérisait par la seule présence des chaînes commerciales .
- un système "anglais" , appelé ainsi car il reflétait parfaitement la situation au Royaume-Uni et qui prenait un caractère totalement hybride en faisant cohabiter à la fois des chaînes publiques et privées .
- un système "français" , nommé ainsi parce qu'il s'appliquait d'abord à la France mais qui décrivait également la situation qui existait dans les autres pays européens (le Luxembourg excepté) , celui-ci reposait en totalité sur un secteur public .

L'absence des chaînes commerciales au sein du système "français" place résolument l'analyse de la concurrence au niveau de chaque pays . Dans ces conditions , on se bornera à étudier surtout les déterminants qui exercent une influence significative sur les performances des deux systèmes au niveau de l'offre de fictions . Des éléments tantôt juridiques comme la nature de la réglementation au sein des pays , des éléments plus sectoriels comme l'impact des performances de l'industrie cinématographique sur le secteur audiovisuel .

L'apparition de nombreuses chaînes privées au sein du système "français" à partir de 1985 nous conduira à utiliser des données antérieures à cette époque .

L'objectif de cette première partie est double , il consistera d'abord à définir un nouveau schéma portérien en adoptant une structure résolument "pyramidale" pour mieux délimiter les différentes interactions susceptibles de se produire au sein de chaque système , dans un deuxième temps , il impliquera l'étude de chacun des déterminants pour les trois systèmes audiovisuels mondiaux en prenant soin d'en dégager les points forts respectifs .

Dans cette optique , nous adopterons une démarche à la fois théorique et empirique en scindant cette première partie en trois chapitres . Une approche théorique qui consistera à définir dans **un premier chapitre** , le nouveau schéma "portérien" de type "pyramidal" qui réunit au sein d'un même ensemble , le schéma "portérien" initial et le concept de système audiovisuel .

Une approche plus empirique avec **un deuxième chapitre** qui analysera les déterminants de la domination américaine initiale dans ce secteur en s'appuyant sur ce nouveau schéma "portérien" . **Le troisième chapitre** réutilisera pour sa part le même schéma en dégageant les caractéristiques des deux systèmes audiovisuels européens .

La deuxième partie place désormais notre analyse à un niveau résolument micro-économique en situant la concurrence entre les chaînes de télé . Bien qu'elle ne privilégie pas une approche chronologique , on peut estimer qu'elle cadre parfaitement avec la situation qui prévalait en Europe entre 1985 et 1991 , cette période se caractérisait par un vaste mouvement de déréglementation qui touchera le "système français" aboutissant à la création de nombreuses chaînes privées en Europe .

La coexistence des chaînes privées et publiques conduira de fait à la disparition du système "français" aboutissant par la même occasion à la généralisation du modèle "anglais" à l'ensemble des pays européens .

Dans cette deuxième partie , nous essaierons d'expliquer pourquoi et comment les pays européens ont enclenché le processus de déréglementation ayant abouti à la création des chaînes privées . Dans un deuxième temps , nous analyserons les différentes formes de stratégies que les chaînes adopteront dans un environnement concurrentiel en étudiant plus particulièrement leurs effets sur les pratiques de programmation . Pour finir , nous effectuerons une analyse empirique de l'offre de fictions pour les principaux pays capitalistes développés par rapport à deux périodes , en 1984 , alors que la concurrence s'exerce encore entre les Etats , en 1988 , alors qu'elle s'effectue entre les chaînes .

Dans cette optique , notre deuxième partie se divisera en trois chapitres , **le chapitre 4** analysera les motifs et les modalités de la déréglementation en Europe , **le chapitre 5** recensera les différentes formes de stratégies adoptées par les chaînes dans un environnement concurrentiel , celui-ci marqué par la recherche d'une plus grande

flexibilité à la fois en matière de politique générale mais surtout au niveau de la programmation . **Le chapitre 6** étudiera la capacité que possède chaque pays capitaliste de répondre à la fois à la demande nationale et à la demande mondiale de fictions en prenant comme référence les années 1984 et 1988 . En fonction de ces résultats empiriques , nous essaierons de comprendre pourquoi l'on retrouve les mêmes comportements télévisuelles au sein de la plupart des pays européens .

Dans la troisième partie , nous montrerons les effets que pourraient engendrer sur l'offre de fictions , l'adoption par les chaînes de comportements que nous qualifierons de "coopératifs" en même temps que le redéploiement de l'intervention publique qui se déplace d'un cadre national vers un cadre communautaire avec pour corollaire , la mise en place d'un embryon de politique extérieure commune .

Dans ce contexte , nous définirons quatre scénarii susceptibles de se produire dans un futur proche en combinant la politique audiovisuelle extérieure de la Communauté (protectionnisme ou libre-échange) et la stratégie dominante des chaînes (affrontement ou coopération) .

Nous dégagerons également un certain nombre d'éléments susceptibles de placer le secteur audiovisuel de la CEE dans une situation sous-optimale , celle-ci étant matérialisée par l'existence d'un libre-échange en même temps que par la généralisation des pratiques conflictuelles .

La troisième partie comportera également trois chapitres , **le chapitre 7** étudiera les évolutions susceptibles de se produire dans les prochaines années au niveau du comportement des chaînes , celles-ci substituant le plus souvent des comportements "coopératifs" aux pratiques conflictuelles qui prédominaient jusqu'alors. Nous mettrons en avant les motifs qui pousseraient les chaînes à coopérer entre elles ainsi que les formes d'accords susceptibles d'exister dans l'audiovisuel ; dans le même temps , nous nous interrogerons sur la compatibilité de telles pratiques avec les stratégies portériennes ainsi que sur certaines attitudes qui poussent encore de nombreuses chaînes à préférer l'affrontement à l'entente .

Le chapitre 8 analysera l'émergence de nouveaux comportements au niveau de l'intervention publique , celle-ci évoluant résolument dans un cadre communautaire et non plus national . Nous mettrons respectivement l'accent sur les expériences initiales en matière de coopération audiovisuelle entre les Etats , sur les effets de la mise en place d'une politique extérieure commune de l'audiovisuel avec l'emploi d'instruments de protection efficace dans le secteur de la production .

Le chapitre 9 analysera l'impact sur l'offre de fictions résultant de la combinaison entre les stratégies des chaînes et les modalités de la politique extérieure commune . Dans un deuxième temps , il dégagera un certain nombre de paramètres susceptibles d'engager la Communauté sur la voie d'une solution sous-optimale au seul bénéfice des Etats-Unis .

**1 ERE PARTIE : LA CONCURRENCE ENTRE LES
ETATS : UNE ANALYSE DES SYSTEMES
AUDIOVISUELS.**

Comme nous l'avions indiqué dans notre introduction , le secteur audiovisuel fait référence simultanément à plusieurs domaines de l'analyse économique . Le poids important de l'Etat au sein du secteur et l'existence d'échanges massifs de fictions entre les pays impliquent de s'intéresser en premier lieu à cette question avant d'aborder un deuxième aspect beaucoup plus micro-économique ayant pour cadre l'activité des chaînes . Appréhender à la fois le rôle de l'Etat et la compétitivité internationale nous incite à utiliser un outil qui englobe de manière plus ou moins forte ces deux aspects , celui de "l'avantage concurrentiel des nations". Son application plus ou moins directe au secteur audiovisuel présente un intérêt tout particulier dans la mesure où il recense l'ensemble des éléments susceptibles d'expliquer comment un pays parvient à se procurer un avantage concurrentiel dans la production de fictions .

Dans le même temps , le fait qu'un certain nombre de pays ne disposaient pas de chaînes commerciales jusqu'à une période récente , nous permettait d'isoler ainsi plus facilement l'ensemble des autres déterminants influant sur l'offre de fictions d'un point de vue macro-économique .

L'objet de cette première partie consiste à étudier l'influence qu'est susceptible d'exercer l'ensemble des déterminants du schéma porterien sur l'offre de fictions au sein de chaque système audiovisuel . Dans ces conditions , notre approche se veut à la fois théorique , empirique et comparative . Théorique et empirique d'abord , en recherchant l'ensemble des éléments capables d'expliquer les interactions qui aboutissent à offrir des fictions de qualité , comparative ensuite , dans la mesure où notre objectif implique d'apprécier le poids des déterminants au sein de chaque système .

Bien qu'elle n'a pas pour ambition de privilégier une approche de type chronologique , on peut considérer cependant que cette première partie couvre une période qui s'achève en 1985 , celle-ci correspond à l'aboutissement de deux phénomènes qui caractérisent parfaitement l'évolution du secteur audiovisuel :

- le passage à une phase de maturité dans la plupart des pays capitalistes qui se matérialise à la fois par une couverture complète du territoire en émetteurs hertziens et par un taux d'équipement des ménages en téléviseurs proche de 100 % .
- la création des chaînes privées au sein du système "français".

Les possibilités offertes à un grand nombre de téléspectateurs de recevoir les programmes s'accompagneront toutefois de divergences notables dans l'organisation du secteur audiovisuel au sein de chacun des pays . Concrètement , le développement des activités de diffusion prendra trois voies sensiblement différentes caractérisées chacune par une intervention plus ou moins grande de l'Etat et par un mode de financement dominant lié au statut juridique des chaînes (publicité ou redevance) .

On distingue respectivement :

- une voie résolument tournée vers le secteur privé , marquée uniquement par la présence de chaînes commerciales dont le financement reposait sur la publicité d'une part et sur une intervention minimale de l'Etat , tel était le cas des Etats-Unis .
- une voie plutôt hybride qui mélangera à la fois le secteur privé et le secteur public , en faisant coexister des chaînes publiques placées directement sous le contrôle de l'Etat et des chaînes commerciales identiques aux chaînes américaines , telle sera la voie empruntée par le Royaume-Uni .
- une voie résolument tournée vers le secteur public qui se manifestera par l'existence d'un monopole d'Etat au niveau de la Radiotélédiffusion et la présence des seules chaînes publiques , la France et les principaux pays européens opteront résolument pour cette solution .

Les différences sensibles qui existeront entre ces trois grands "systèmes" laisseront à chaque fois apparaître une forme de "dualisme" . Dualisme entre le Royaume-Uni et les autres pays européens en fonction de l'intensité plus ou moins grande du secteur commercial , dualisme également entre les Etats-Unis et l'ensemble des pays d'Europe par rapport aux performances globales du système en matière d'offre de fictions . L'étude de ces deux formes de dualisme et les performances de chacun des "systèmes" sera sous-jacent dans chacun des chapitres suivants .

Le chapitre 1 s'attachera à faire apparaître le nouveau schéma "portérien" de type "pyramidal" , celui-ci résultant directement de la combinaison entre le schéma initial qui s'applique ordinairement à l'ensemble des autres secteurs d'activités et le concept de système audiovisuel qui décrit de manière très précise le fonctionnement de ce secteur .

Le chapitre 2 propose d'étudier l'organisation du système audiovisuel "américain" , celui-ci demeurant aux yeux de nombreux observateurs comme le système qui prédomine sur les deux autres , à la fois parce qu'il y exerce une certaine influence "culturelle" mais également parce qu'il fournit de nombreux programmes .

Le chapitre 3 adoptera une démarche identique mais il prendra cette fois-ci pour exemple les deux pays européens qui apparaissent comme les figures emblématiques de chaque grand système en Europe : la France et le Royaume-Uni .

CHAPITRE 1 : LE NOUVEAU SCHEMA PORTERIEN : SON APPLICATION A L'ANALYSE DES SYSTEMES AUDIOVISUELS.

Pourquoi certaines nations sont-elles plus compétitives que d'autres ? , c'est à cette question que PORTER a tenté de répondre dans son ouvrage paru en 1990 : "L'avantage concurrentiel des nations". Son modèle comporte quatre variables fondamentales : la rivalité entre les firmes , la demande , les facteurs de base et les industries de soutien et apparentées . Ces variables sont réunies dans un système complexe , le "losange" , dont la structure explique la position concurrentielle mondiale d'une industrie nationale .

A la même époque , on voyait également apparaître un autre concept capable d'enrichir considérablement notre étude , celui de "système audiovisuel" qui présentait en détail l'ensemble des acteurs qui composaient le secteur en même temps qu'il décrivait leurs rôles respectifs au sein de celui-ci .

Cependant , si l'on considère séparément ces deux concepts , on s'aperçoit qu'ils ne nous permettent pas d'apprécier correctement les éléments qui déterminent la domination d'un pays dans la production audiovisuelle , nous conduisant par la même occasion à rechercher un autre schéma pouvant s'appliquer parfaitement au secteur sans dénaturer pour autant la construction portérienne initiale .

La solution de l'équation consiste à prendre comme point de départ le concept de "système audiovisuel" , tout en s'efforçant d'y introduire chacun des éléments du schéma "portérien" en faisant apparaître ainsi une nouvelle structure qui intègre les points forts des deux concepts .

SECTION 1 : LA PRESENTATION DU SCHEMA INITIAL .

La clé de voûte du schéma initial "portérien" réside dans la définition et l'articulation des différents déterminants de l'avantage concurrentiel , par rapport à chacun d'eux , PORTER s'interroge sur leur nature :

- **les facteurs de base** : Quelle est la position de la nation dans le domaine des facteurs de production , tels que le personnel qualifié ou l'infrastructure nécessaires à l'exercice de l'industrie ? .
- **la demande** : Quelle est la nature de la demande intérieure ? .
- **les industries amont et apparentées** : La nation possède-t-elle des industries amont et des industries apparentées qui soient compétitives sur le plan international ? .

- **la stratégie , la structure et la rivalité des entreprises** : Quelles sont les conditions qui président à la création , à l'organisation et à la gestion des entreprises et quelle est la nature de la compétition nationale ? .

“Pour compléter ce schéma , PORTER adjoignait deux facteurs complémentaires qui demeuraient en grande partie exogènes au "losange" : le hasard et le rôle de l'Etat .

- **le hasard** : il représente des événements qui n'ont généralement qu'un lien éloigné avec les événements survenus dans le pays et qui échappent au pouvoir des entreprises en même temps qu'à celui des gouvernements , c'est le cas notamment :

- des inventions .
- des grands bouleversements technologiques (la micro-électronique et la biotechnologie par exemple) .
- des décisions politiques des gouvernements étrangers .
- des guerres .

- **le rôle de l'Etat** : le rôle de l'Etat peut prendre diverses formes en influant respectivement sur les quatre déterminants de base du schéma , par exemple à travers son pouvoir réglementaire , en octroyant des subventions , en fixant les conditions d'attribution des marchés publics , etc .

Afin de mieux cerner la structure logique du schéma initial , il convient de définir de manière plus précise chacun des déterminants de façon à pouvoir les utiliser ultérieurement lorsque nous aborderons l'étude du secteur audiovisuel :

§ 1.1 : LES FACTEURS .

Chaque nation possède des facteurs de production qui sont nécessaires au bon fonctionnement de toutes les industries : on y retrouve successivement la main d'oeuvre, les ressources naturelles , le capital et les infrastructures .

En faisant référence à la théorie classique des échanges , chaque pays dispose d'une certaine quantité de facteurs , il exportera ainsi les biens pour la production desquels il est le mieux pourvu en facteurs .

PORTER distingue pour sa part plusieurs types de facteurs :

- *les ressources humaines* :

Des éléments comme les effectifs , la qualification , le coût du travail et la qualité de l'encadrement rentrent ici en ligne de compte . Les ressources humaines recouvrent une

multitude de catégories de personnel , depuis le manoeuvre à l'ingénieur , en passant par le technicien .

- les ressources physiques :

On peut inclure dans les ressources physiques : l'abondance , la qualité , la disponibilité et le coût de la terre , des minerais , de l'énergie hydroélectrique et des zones de pêche , etc . On peut y adjoindre également les conditions climatiques et la situation du pays sur la carte du Globe sans oublier pour autant sa taille . La situation géographique du pays influe essentiellement sur les coûts de transports et sur la facilité des échanges culturels et commerciaux avec l'étranger .

- les ressources en savoirs :

Cette catégorie regroupe l'étendue du savoir scientifique et technique et des connaissances du marché dont dispose un pays . Ces savoirs résident dans les universités , les centres de recherche publics et privés , les organismes officiels de statistique , l'édition scientifique , les études de marché et les bases de données , etc .

- les ressources en capital :

Elles renferment le volume et le coût des capitaux disponibles pour le financement des entreprises . Le capital n'est pas véritablement homogène : il se présente sous diverses formes : dettes garanties , junk bonds à haut rendement et à haut risque , actions et capital-risque , chaque forme de financement possède par ailleurs des mécanismes et des conditions qui leur est propre .

- l'infrastructure :

Elle englobe le type , la qualité et le coût pour l'usager des infrastructures mises en oeuvre dans le jeu concurrentiel : on y trouve respectivement les systèmes de transport , de communication , le réseau postal , le système de paiement et de transfert de fonds , etc . On peut y inclure aussi le système de santé , le parc de logements et les institutions culturelles , c'est à dire l'ensemble des éléments qui déterminent la qualité de la vie et l'attrait d'un pays en tant qu'endroit où l'on peut vivre et travailler .

§ 1.2 : LA DEMANDE .

Les caractéristiques de la demande intérieure pour un bien ou un service constituent le deuxième grand déterminant de l'avantage concurrentiel national dans une industrie . La demande intérieure , par son effet sur les économies d'échelle , a un intérêt statique , mais l'essentiel de son influence est d'ordre dynamique . Elle module le rythme et la qualité des progrès et des innovations accomplis par les entreprises d'un pays ; elle apparaît significative de trois manières : par rapport à sa composition (la nature des besoins des consommateurs) , en fonction de son volume et de son type de croissance et à l'égard des mécanismes par lesquels les préférences domestiques sont transférées aux marchés étrangers .

- la composition de la demande intérieure :

C'est en fonction de la nature et de la variété des besoins des consommateurs que la demande intérieure exercera l'influence la plus importante sur l'avantage concurrentiel . Sa composition détermine la façon dont les entreprises appréhendent , interprètent et satisfont les besoins des consommateurs ; ainsi l'octroi d'un avantage concurrentiel par un pays dans une industrie quelconque dépendra surtout de la capacité qu'ont ses entreprises à prendre mieux et plus vite en compte la demande intérieure que les concurrents étrangers . Un pays obtiendra aussi un avantage si la clientèle domestique oblige les entreprises locales , par une pression plus ou moins forte , à innover plus rapidement et à créer ainsi des avantages concurrentiels plus sophistiqués que les concurrents d'autres pays .

- le volume de la demande et son mode de croissance :

La demande intérieure peut conforter un avantage concurrentiel national à travers son volume et son mode de croissance . Certains travaux , notamment ceux d'ANDERSEN, DAMLUM et VILLUMSEN (1981) ont montré qu'il existait empiriquement une certaine influence de la demande du marché intérieur sur les modèles commerciaux . Pour ces auteurs , un marché domestique est un atout parce qu'il procure des économies d'échelle dans la mesure où il incite les entreprises locales à investir dans les moyens de production de masse , dans le développement technologique et dans les gains en productivité .

Un autre élément qui apparaît à certains égards aussi important que le volume de la demande , réside dans l'évolution de son taux de croissance , le taux d'investissement dans une industrie est en effet davantage fonction de la vitesse de croissance du marché

domestique que de sa taille en valeur absolue . Cette vitesse incite les entreprises domestiques à adopter les nouvelles technologies plus précocement en craignant moins de construire des usines performantes avec la certitude qu'elles serviront obligatoirement . En revanche , si le marché domestique progresse plus lentement , chaque entreprise aura plutôt tendance à se développer de façon marginale et répugnera davantage à se lancer dans de nouvelles technologies , génératrices d'obsolescence des matériels et de réductions d'effectifs . Le taux de croissance de la demande intérieure apparaît tout particulièrement important dans les périodes de mutation technologique , où les entreprises ont besoin d'être convaincues de la nécessité d'investir dans des produits ou des équipements nouveaux .

- *l'internationalisation de la demande intérieure :*

La demande intérieure exerce un troisième type d'influence sur l'avantage concurrentiel au travers des mécanismes par lesquels elle internationalisera d'abord les productions domestiques de biens ou de services , par la façon dont elle véhiculera ensuite à l'étranger des besoins domestiques à l'origine .

Ces mécanismes paraissent multiples mais également très hétérogènes , ainsi , la venue d'étrangers en formation reflète parfaitement cette situation car ils assimilent lors de leur séjour des approches et des valeurs issues du milieu qui les accueille et ont tendance alors à les véhiculer dans leur pays d'origine . D'autres éléments comme l'influence culturelle , l'émigration , les alliances politiques et les liens historiques peuvent servir également de vecteurs de diffusion à une demande domestique .

§ 1.3 : L'INFLUENCE DES INDUSTRIES SITUEES EN AMONT ET APPARENTEES .

Le troisième déterminant de l'avantage concurrentiel des nations est l'existence dans le pays d'industries situés en amont ou d'industries apparentées compétitives sur le plan international . Ainsi , la détention d'un avantage concurrentiel dans des industries en amont qui produisent des composants abondamment utilisés dans les secteurs situés en aval confère aux entreprises domestiques des avantages potentiels dans de multiples autres secteurs , c'est le cas notamment des semi-conducteurs , des logiciels ou du négoce .

L'existence d'industries apparentées compétitives peut également jouer un rôle non négligeable , ainsi la réussite helvétique dans le domaine pharmaceutique n'est-elle pas étroitement liée aux performances précédemment réalisées dans l'industrie des colorants. De la même façon , le leadership japonais dans les télécopieurs doit

beaucoup à leurs réussites antérieures dans les photocopieurs ; par ailleurs , c'est la conjugaison de leurs succès dans l'instrumentation acoustique et de leur forte position dans l'électronique grand public qui leur a permis de dominer le marché des claviers "high-tech" .

- l'avantage concurrentiel des industries en amont :

L'existence dans un pays d'industries amont compétitives sur le plan international procurera des avantages aux industries situées en aval de plusieurs manières . Tout d'abord , ces dernières pourront accéder d'une façon efficace , rapide et préférentielle aux inputs offrant le meilleur rapport qualité/prix . Dans un deuxième temps , on peut voir apparaître un avantage qui réside dans la coordination entre les différentes activités que procure la présence d'industries situés en amont localement . La proximité des fournisseurs principaux ne peut que faciliter l'instauration de telles liaisons , pour leur part , les fournisseurs étrangers n'offrent que rarement des substituts satisfaisants à ces rapports de voisinage , même s'ils disposent quand même de filiales locales .

L'avantage essentiel de la présence locale des fournisseurs se situe au niveau des processus d'innovation et de modernisation . Un avantage concurrentiel peut naître en effet de l'étroite collaboration qui s'instaure entre l'industrie considérée et ses fournisseurs si ces derniers font connaître de nouvelles méthodes et technologies aux entreprises domestiques . Les firmes locales bénéficient ainsi d'un accès rapide à l'information , aux idées neuves et aux innovations de leurs fournisseurs , elles sont également en mesure d'orienter les efforts de recherche de ces derniers en se proposant comme cobayes pour leurs prototypes .

- l'avantage concurrentiel des industries apparentées :

La présence d'industries apparentées dans un pays donné conduit fréquemment à l'apparition de nouvelles industries compétitives . On appelle "industries apparentées" celles dont certaines activités qui figurent dans leurs chaînes de valeur respectives peuvent être coordonnées ou partagées , on peut y inclure également les industries qui mettent en jeu des produits complémentaires (par exemple , les ordinateurs et les logiciels) . La coordination des activités peut intervenir à différentes étapes : développement de la technologie , production , distribution , marketing ou service après-vente , c'est le cas notamment de l'industrie des photocopieurs et de celle des télécopieurs qui emploient nombre de composants identiques , leur distribution et leur entretien peuvent être ainsi assurés par les mêmes circuits .

L'existence d'une industrie apparentée compétitive au plan international dans un pays aura plusieurs conséquences :

- elle favorisera la circulation de l'information et les échanges de techniques en s'appuyant le cas échéant sur la proximité et l'identité culturelle qui unissent certains pays .
- elle accroîtra aussi la probabilité que soient perçues certaines opportunités nouvelles qui naîtront ici et là dans quelques industries , ce qui ferait apparaître alors une kyrielle de nouveaux entrants susceptibles de rendre le secteur plus concurrentiel .

§ 1.4 : LA STRATEGIE , LA STRUCTURE ET LA RIVALITE DES ENTREPRISES .

Le quatrième et dernier déterminant de l'avantage concurrentiel national trouve sa source dans le contexte dans lequel les firmes sont créées , organisées et dirigées , ainsi qu'en fonction de la nature de la concurrence domestique car les objectifs , les stratégies et les types d'organisation des entreprises varient considérablement suivant les pays . Parmi l'ensemble des considérations qui se rapportent aux entreprises , nous distinguerons plus particulièrement deux éléments : les objectifs des entreprises et l'intensité de la rivalité domestique .

- les objectifs des entreprises :

Il existe au niveau des objectifs poursuivis par les entreprises comme au niveau des motivations qui animent ses dirigeants des différences extrêmement marquées d'un pays à l'autre et parfois même au sein de chaque pays . La réussite d'une nation survient dans les industries où les objectifs des firmes et les motivations des hommes coïncident avec les sources d'avantage concurrentiel , elle demande tout particulièrement un investissement soutenu en même temps qu'une implication personnel des chefs d'entreprises dans le processus .

- la rivalité domestique :

Il existe un lien entre l'intensité de la rivalité domestique et la création ou la persistance d'un avantage concurrentiel dans une industrie donnée . Certains prétendent que la concurrence domestique constitue un gâchis , parce qu'elle conduit à d'inutiles répétitions des efforts et empêche ainsi les entreprises de se procurer des économies d'échelle . La meilleure solution consisterait à aider une voire deux entreprises à

devenir des porte-drapeaux de l'économie nationale suffisamment grands et puissants pour affronter la concurrence étrangère .

L'analyse de chaque déterminant n'a qu'un intérêt limité si on les considère séparément , l'apport principal de PORTER a consisté à les observer simultanément en insistant sur leurs interactions réciproques .

§ 1.5 : LES INTERDEPENDANCES ENTRE CHAQUE DETERMINANT .

En favorisant l'avènement d'un avantage concurrentiel dans une industrie , les déterminants de l'avantage national se renforcent les uns les autres et se démultiplient avec le temps , dans ces conditions , tout déterminant peut exercer une influence sur tous les autres , bien que certaines interactions soient toutefois plus marquées et plus importantes que d'autres .

- les influences qui s'exercent sur la création des facteurs :

La stratégie , la structure et la rivalité des entreprises semblent être les éléments qui exercent l'influence la plus perceptible sur la création de facteurs et cela de deux manières :

- une grappe de concurrents domestiques stimule la création de facteurs en se livrant à une concurrence âpre , dans cette optique , on peut admettre que le développement des ressources humaines , la connaissance des marchés , la technologie et l'infrastructure spécialisée vont s'accélérer .
- la volonté de relever les défis nationaux stimule la création de facteurs dans la mesure où elle éveille un intérêt plus vif de la part des individus , des organisations et des pouvoirs publics .

Les industries situées en amont et apparentées disposent également de leurs propres mécanismes de création et d'enrichissement de facteurs spécialisés . En effet , l'existence d'une grappe de plusieurs industries qui concourent à la multiplication des inputs , des compétences et des infrastructures non spécialisés constitue pour l'Etat ainsi que pour les instituts de formation , pour les firmes et les individus une incitation à investir dans la création de facteurs spécialisés qui gravitent obligatoirement autour de ces activités .

- *les influences qui s'exercent sur la demande :*

A l'instar de ce qui se produit pour les facteurs , l'influence la plus importante qui s'exerce sur la demande est le fait de la concurrence domestique . Les investissements d'un groupe de concurrents totalement engagés dans leurs industries et constamment à l'écoute des besoins du marché domestique portent en premier lieu sur le marketing . En effet , pour conquérir ou conserver des parts de marché , ils mènent une politique de prix agressive et les produits nouveaux sont introduit prioritairement sur le marché intérieur là où la gamme de produits y est la plus importante . L'effort consenti apparaît plus grand en présence de concurrents domestiques agressifs et la demande primaire s'en trouve ainsi stimulée d'autant .

L'existence d'industries prospères situées en amont et apparentées accroîtra elle aussi la demande internationale pour les produits d'une industrie donnée par l'extrapolation d'une bonne réputation ; ce fut le cas notamment de l'industrie italienne de l'habillement et du cuir à partir des années 60 et de l'industrie électronique japonaise tout particulièrement destinée au grand public dans les années 80 . Outre le phénomène d'extrapolation , on observera encore l'effet d'entraînement sur la demande de produits complémentaires par lequel la compétitivité des industries apparentées améliore les conditions générales de la demande .

L'internationalisation de la demande domestique dépend pour une part des facteurs , en particulier des mécanismes créateurs de facteurs . Un pays qui possède de tels mécanismes attire des entreprises et des étudiants étrangers , ces derniers facilitent dans certains cas l'apparition d'une demande extérieure future comme nous le montre l'exemple des médecins formés aux Etats-Unis qui ont contribué largement à la promotion de l'appareillage médical américain .

- *les influences qui s'exercent sur le développement des industries situées en amont et apparentées :*

Dans le cas présent , c'est encore l'agressivité des concurrents locaux qui aura l'influence la plus marquante car la présence d'un groupe de firmes domestiques performantes au plan international et qui vendent leurs produits dans le monde entier canalise la demande globale vers l'industrie amont nationale . Ainsi , l'existence au Japon d'un groupe de firmes détenant le leadership mondial dans les semi-conducteurs y a catalysé la formation d'une industrie productrice d'équipements destinés à la fabrication de ces composants en même temps qu'elle a permis son accession à la suprématie mondiale .

De la même manière , la présence d'un groupe de concurrents performants au plan international constitue pour toutes les industries situées en amont un défi et une incitation au développement , l'âpreté de la compétition à laquelle se livrent en effet leurs clients contraint les entreprises amont à innover et à progresser sous peine d'être rapidement supplantées par d'autres .

- les influences qui s'exercent sur la concurrence domestique :

La structure d'une industrie domestique est également influencée par les autres déterminants . Ainsi la demande intérieure favorise la concurrence domestique dans la mesure où une clientèle exigeante est toujours à la recherche de sources d'approvisionnement multiples et encourage ainsi l'arrivée de nouveaux entrants .

Dans le même temps , l'arrivée de nouveaux entrants dans une industrie a d'autant plus de chances de se produire que les positions nationales dans les industries situées en amont et apparentées sont avantageuses . Dans le même temps , l'entrée de firmes déjà bien implantées dans les industries aval ou apparentées , entrée souvent matérialisée par la création d'entreprises nouvelles développe une structure d'industrie domestique qui peut se révéler particulièrement propice aux investissements et à l'innovation .

Un troisième et dernier élément influence également la concurrence domestique , il se concrétise par le rôle catalyseur que les mécanismes créateurs de facteurs spécialisés jouent sur l'arrivée de nouveaux entrants dans une industrie , les exemples qui nous sont fournis principalement par les laboratoires et les départements universitaires nous montrent qu'ils ont constitué de véritables viviers pour de futurs créateurs d'entreprises .

Les interdépendances entre les différents déterminants ne doivent pas nous faire oublier que les deux éléments qui demeurent en quelques sortes exogènes à cette structure peuvent également agir sur les autres déterminants : l'influence de l'Etat et le rôle du hasard .

- l'influence de l'Etat sur les autres déterminants :

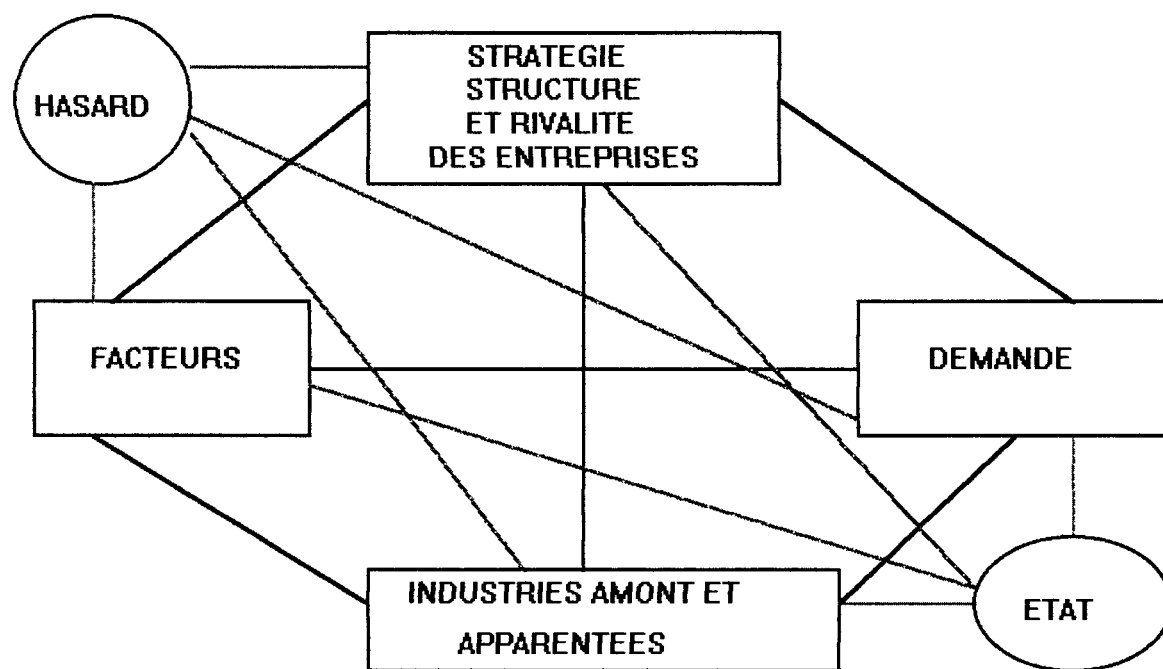
Le gouvernement est susceptible à tous les niveaux de jouer en faveur ou contre l'avantage national . Ainsi , les lois antitrust affectent la concurrence nationale ; la réglementation peut modifier les conditions de la demande intérieure ; une politique d'investissements dans l'éducation nationale peut changer la qualité des facteurs ; les dépenses publiques peuvent stimuler certaines industries amont ou apparentées , etc .

- le rôle du hasard sur les autres déterminants :

Le hasard est représenté par les phénomènes qui échappent au contrôle de l'entreprise (et en général , du gouvernement) . Les événements aléatoires provoquent des bouleversements susceptibles de "dégeler" ou de remodeler la structure d'une industrie et de donner aux firmes d'un pays l'occasion de détrôner les entreprises d'un autre pays .

La multiplicité des interactions entre les différents déterminants nous conduit à faire apparaître ainsi le schéma initial :

FIGURE NUMERO 1 : LE SCHEMA PORTERIEN "INITIAL"



Les spécificités inhérentes à la nature du secteur audiovisuel marquées à la fois par le rôle prédominant de l'Etat en même temps que par la qualité intrinsèque des fictions , nous oblige à reconsidérer en partie la structure initiale de ce schéma .

Avant d'en définir sa forme ainsi que ses nouvelles composantes qui permettront d'analyser directement les performances de chaque système audiovisuel , il convient au préalable de rappeler brièvement les éléments de base qui constituent le "système audiovisuel" tels qu'ils sont apparus dans les travaux précurseurs de LE DIBERDER et COSTE-CERDAN (1986) et dans ceux de KOPP (1990) et REGOURD (1992) .

SECTION 2 : LE CONCEPT DE "SYSTEME AUDIOVISUEL".

Bien que les contributions respectives des quatre auteurs précités divergent légèrement quant à la terminologie employée , on peut dégager un certain nombre de traits dominants qui nous permettent de définir précisément ce que l'on entend par "système audiovisuel".

§ 2.1 : LES ELEMENTS DE BASE D'UN SYSTEME AUDIOVISUEL .

On peut définir un système audiovisuel comme le résultat de l'interaction entre deux composantes :

- un système technique .
- un système économique .

Un système technique peut se concevoir comme l'ensemble des opérations indispensables à l'acheminement de l'image d'une chaîne de télé vers l'utilisateur final , c'est à dire le téléspectateur qui doit nécessairement disposer de l'équipement de réception adéquat . Au sein du système technique , on distinguera essentiellement deux types d'éléments :

- le mode de diffusion .
- le standard de réception .

Le mode de diffusion apparaît un peu comme la clé de voûte du système technique , dans la mesure où c'est lui qui détermine en grande partie le nombre de chaînes en présence à l'intérieur d'un pays . Trois modes de diffusion sont possibles :

- par faisceaux hertziens .
- par câble
- par satellite .

La transmission hertzienne est la plus répandue , mais c'est aussi la plus ancienne , elle présente l'inconvénient de restreindre considérablement l'offre de programmes en raison de l'étroitesse des bandes de fréquences . Les transmissions par câble et par satellite sont apparues plus récemment , outre la capacité à atteindre les zones les plus hostiles d'un pays , elles permettent également aux téléspectateurs de pouvoir disposer d'une quantité beaucoup plus grande de programmes .

Pour sa part , le standard de réception intéresse plus directement le téléspectateur car l'existence de standards différents comme le SECAM , le PAL ou le NTSC réduit les possibilités de réception en provenance des pays voisins .

Un système économique décrit quant à lui les relations entre les différents acteurs qui composent le secteur autour de deux marchés :

- en aval , un marché primaire qui représente le lieu d'échange entre les diffuseurs et les consommateurs de télévision , les téléspectateurs , qui en contrepartie du paiement d'une redevance ou d'un abonnement peuvent accéder à des images ordonnées dans une grille de programmes .
- en amont , un marché secondaire met en jeu les mêmes diffuseurs qui se situent au centre du système et les producteurs de programmes .

On doit également prendre en compte un autre acteur , l'Etat , qui va jouer un rôle de gendarme en réglementant l'activité de chacun des protagonistes au sein du "système économique" (fixation d'un cahier des charges , édiction de quotas de diffusion , etc) .

Le concept de "système audiovisuel" présente à nos yeux un double intérêt , il permet d'abord au lecteur d'avoir un très large aperçu des multiples acteurs qui interviennent de manière directe ou indirecte au sein du secteur en raison de son caractère plutôt descriptif . Dans un deuxième temps , l'utilisation d'une terminologie universelle pour définir le fonctionnement de ce secteur facilite un certain nombre de comparaisons dans le temps et dans l'espace . Toutefois , la présentation du concept sous sa forme originelle ne nous permet pas d'apprécier pleinement les éléments qui influenceront de façon significative sur l'offre de fictions au sein de chaque système .

Dans ces conditions , il nous apparaît essentiel de relier le concept de "système audiovisuel" avec celui de l' "avantage concurrentiel des nations" de façon à mieux prendre en compte l'influence de chaque déterminant sur les performances du secteur audiovisuel .

§ 2.2 : LES INTERACTIONS ENTRE LES DEUX CONCEPTS .

Si l'on examine dans un premier temps , les caractéristiques du système technique, on constate qu'il découle directement de la volonté étatique de promouvoir l'une ou l'autre des techniques de diffusion précitées . On pourrait imaginer que ce rôle puisse être dévolu aux chaînes , cependant comme nous le verrons dans la section suivante , un certain nombre de raisons poussent l'Etat à intervenir directement dans ce secteur .

Deux autres éléments seraient de nature à influencer d'une manière indirecte sur le système technique , il s'agit respectivement de la dotation en facteurs et de l'influence des industries situés en amont . La dotation factorielle est surtout importante par rapport à sa composante humaine , en effet , la présence d'ingénieurs et de techniciens de haut niveau pourrait améliorer les techniques de diffusion de la même manière que les performances des industries situées en amont y contribuent également . Dans le cas présent , on admettra qu'ils ne jouent pas un rôle prépondérant sur le système technique, compte-tenu des caractéristiques spécifiques du matériel utilisé qui ne se développe réellement qu'en fonction de la volonté étatique , ce qui nous amène de fait à écrire l'égalité suivante :

ROLE DE L'ETAT $\Rightarrow$ SYSTEME TECHNIQUE
--

Toutefois , le rôle de l'Etat ne s'arrête pas seulement au développement du système technique , son action en tant que régulateur lui confère également une influence prédominante sur la détermination du système économique et cela à deux niveaux :

- en fixant à l'avance le nombre de chaînes qui évolueront au sein du secteur , celui-ci résultant en grande partie du choix initial des techniques de diffusion en même temps que du souhait de l'Etat d'accroître l'offre de programmes en direction des téléspectateurs .
- en fixant les règles du jeu pour les chaînes qui évoluent déjà au sein du secteur .

L'existence de ce rôle de régulateur nous conduit à écrire alors une deuxième égalité :

ROLE DE L'ETAT $\Rightarrow$ SYSTEME ECONOMIQUE

Si l'on s'intéresse plus précisément au fonctionnement du système économique avec ces deux composantes amont et aval , on peut estimer que son évolution repose en grande partie sur les rivalités qui existent entre les chaînes d'un pays , celles-ci se matérialisent à travers les stratégies adoptées par chacune sur les deux marchés :

- sur le marché en amont , chaque chaîne s'efforce de remplir sa grille en s'approvisionnant en programmes peu onéreux auprès des producteurs .
- sur le marché en aval , chaque chaîne essaye d'offrir aux téléspectateurs des programmes susceptibles de capter le plus d'audience .

Ainsi , une chaîne de télé se retrouve au centre du système économique en ayant à la fois des relations avec le marché primaire et le marché secondaire , tant et si bien que l'on peut noter une autre égalité :

RIVALITE ENTRE LES CHAINES $\Rightarrow$ SYSTEME ECONOMIQUE

Si l'on prend maintenant en considération les trois autres déterminants du schéma "portérien" , on peut estimer qu'ils influencent tantôt le marché en amont , tantôt le marché en aval , tantôt les deux à la fois .

Ainsi , en ce qui concerne les industries situées en amont et apparentées , on peut s'apercevoir qu'elles ont un impact sur les deux marchés par rapport à leur nature initiale . Par exemple , les industries situés en amont contribueront à transformer la substance du programme fourni par les producteurs aux chaînes en introduisant toute une série d'effets spéciaux durant le tournage . De la même façon , les industries apparentées pourront influencer considérablement sur le marché en aval en proposant aux consommateurs des produits de substitution aux programmes audiovisuels , il en va ainsi de l'ensemble des activités de loisirs (cinéma , théâtre , spectacles sportifs , etc) .

Concernant les facteurs , on peut admettre qu'ils jouent à peu près le même rôle que le déterminant précédent sur les deux marchés de référence , ainsi des éléments comme la dotation en infrastructures naturelles et la qualité du facteur humain seront susceptible de modifier la substance des fictions offertes aux chaînes . Dans le même temps , des paramètres comme le taux d'urbanisation et l'importance des infrastructures de communication faciliteront la couverture du territoire national , ce qui contribuera à augmenter ainsi la demande des téléspectateurs sur le marché en aval .

Seule la demande intérieure ne semble devoir jouer qu'un rôle sur le marché en aval en façonnant directement les relations entre les téléspectateurs et les chaînes en fonction de deux paramètres : la demande en volume et la prise en compte de cette demande par les chaînes en l'absence d'un mécanisme de prix .

Par rapport à l'ensemble de ces remarques , on peut ainsi écrire plusieurs égalités :

INDUSTRIES SITUES EN AMONT ET APPARENTEES $\Rightarrow$ SYSTEME ECONOMIQUE AMONT ET AVAL . FACTEURS $\Rightarrow$ SYSTEME ECONOMIQUE AMONT ET AVAL . DEMANDE $\Rightarrow$ SYSTEME ECONOMIQUE AVAL .
--

Ayant établi les relations qui existent entre la terminologie utilisée pour définir un système audiovisuel et celle employée par PORTER , il convient dans un deuxième

temps de dresser le nouveau schéma sur lequel nous nous appuierons pour comparer les mérites respectifs de chacun des systèmes .

Ce nouveau schéma pose comme hypothèse qu'il existe pas d'interactions réciproques entre chaque déterminant au sein d'un système , mais plutôt un enchaînement de l'action des différents composantes de l'avantage concurrentiel au niveau de l'offre de fictions .

SECTION 3 : LE NOUVEAU SCHEMA PORTERIEN D'ANALYSE DE L'AVANTAGE CONCURRENTIEL : DU "LOSANGE A LA PYRAMIDE" .

Comme nous venons de le souligner , le rôle de l'Etat semblait essentiel dans le secteur audiovisuel en façonnant à la fois le système technique et le système économique . Par rapport à ce dernier , on doit admettre que son rôle ne se cantonne pas uniquement à celui d'une sorte de "gendarme" chargé de veiller au bon fonctionnement du secteur mais qu'il détermine en grande partie les stratégies qu'adopteront les chaînes dans un environnement concurrentiel . Pour finir , on peut considérer qu'il exerce également une influence non négligeable sur les autres composants du schéma initial :

- sur les industries situées en amont et apparentées en octroyant des subventions d'investissement et en favorisant la construction d'équipements culturels , des salles de théâtre ou de cinéma par exemple .
- sur les facteurs , en favorisant à travers une politique culturelle ambitieuse l'émergence de jeunes talents (développement de l'enseignement artistique , promotion des conservatoires , etc) .
- sur la demande intérieure en mettant en oeuvre une politique économique destinée à encourager la consommation (par exemple en favorisant l'équipement des ménages en matériels audiovisuels) .

Le rôle moteur de l'Etat le place résolument au sommet de la structure schématique , dans ces conditions , il nous faut examiner plus spécifiquement les raisons qui le pousse à intervenir directement dans le secteur audiovisuel .

§ 3.1 : LE ROLE DE L'ETAT DANS LE SECTEUR AUDIOVISUEL .

L'Etat a choisi dès l'origine d'intervenir directement dans le secteur audiovisuel en agissant sur les structures de marchés et cela pour trois raisons :

- la réglementation des fréquences .

- le désir d'assurer une demande d' "options".
- la volonté de contrôler le contenu des images à travers la fourniture d'un service "tutélaire".

§ 3.1.1 : LA REGLEMENTATION DES FREQUENCES .

Le problème de réglementation des fréquences est apparu bien avant le développement du secteur audiovisuel , il était lié directement à l'apparition des stations de radio dans les années 20 , celles-ci , lorsqu'elles ont commencé à émettre , ont eu tendance en raison de l'étroitesse des "bandes de fréquences" à interférer les unes sur les autres . Pour éviter des phénomènes d'encombrement", une autorité supérieure se devait d'intervenir afin de permettre un fonctionnement correct du secteur ; ce rôle fut dévolu tout naturellement à l'Etat¹ qui par l'intermédiaire d'organisme comme la FCC créée aux Etats-Unis en 1934 , ou directement sous la tutelle du ministère des PTT comme en France s'arrogeait ainsi le droit de réglementer l'accès au secteur , MIQUEL (1972) .

Lorsque le secteur audiovisuel a commencé à se développer dans les pays occidentaux après la Seconde Guerre Mondiale , le même phénomène de rareté s'est posé une fois encore , car la diffusion par voie hertzienne des images se heurtait à deux difficultés majeures . D'abord , celle de ne pouvoir atteindre la totalité d'une population d'un territoire défini sans procéder à de coûteux investissements (constructions d'émetteurs) , celle de limiter ensuite à 6 ou 7 le nombre de canaux disponibles pour des chaînes de télé .

Face à cette configuration technique particulière , il paraissait dès lors évident que l'Etat quelque soit sa forme se devait d'intervenir dans ce secteur , afin de sélectionner les opérateurs qui seraient autorisés à diffuser des images sur les quelques réseaux disponibles .

Dans ces conditions , il n'était pas étonnant de voir ainsi l'Etat choisir délibérément de mettre en place un secteur public audiovisuel , ce qui constituait d'une certaine manière la "contrepartie" de la fourniture gratuite d'émetteurs qui permettaient aux téléspectateurs de disposer des images . L'investissement direct de l'Etat dans la construction d'émetteurs s'expliquait surtout par l'impossibilité , pour un opérateur privé, de prendre à sa charge de telles dépenses , sauf à se limiter à certaines zones urbaines densément peuplées . On pouvait considérer que l'installation d'un émetteur disposant d'une puissance de rayonnement convenable (3 à 5 KW , avec une antenne de 30 mètres) revenait à environ 3 millions de francs en 1985 . Si l'on se réfère par ailleurs aux travaux nécessaires à la couverture du territoire national par la troisième chaîne , on s'aperçoit alors que le coût marginal de la construction dans des zones

¹ PICARD.RG : "Média Economics" , London , The Sage CommText Séries , pp 93-102 , 1989 .

rurales se révèle prohibitif pour des opérateurs privés . En effet , une réception correcte des programmes de FR3 a nécessité 6 émetteurs pour couvrir 25 % de la population en 1972 , 54 émetteurs et 123 réémetteurs pour atteindre 70 % de la population en 1974, 113 émetteurs et 1160 réémetteurs pour atteindre 98 % de la population en 1980 .

On ne peut que constater le doublement du nombre d'émetteurs et le décuplement de celui des réémetteurs nécessaires à la couverture de seulement 28 % de la population ! , TOUSSAINT-DESMOULINS , (1987) .

Ce dernier élément nous conduit alors à examiner le deuxième argument légitimant l'intervention de l'Etat dans ce secteur .

§ 3.1.2 : LE DESIR D'ASSURER UNE DEMANDE D' OPTIONS .

Ce deuxième argument prend ici un sens particulier lorsque l'on raisonne dans le cadre du secteur audiovisuel , car il pose le problème de l'intervention directe de l'Etat dans un domaine qui s'apparente plutôt à la Culture , FARCHY et SAGOT-DUVAUROUX , (1994) .

L'Etat doit-il intervenir directement dans le secteur audiovisuel comme il intervient déjà dans le secteur de la Culture ? . On peut répondre de façon affirmative en émettant une hypothèse :

- l'intervention de l'Etat dans le secteur servirait à répondre à une demande d'options de services télévisuels .

L'hypothèse que l'on vient d'énoncer résulte directement des contributions de WEISBROD et KRUTILA (1964) et (1967) . Applicables initialement au domaine culturel , elles peuvent toutefois faire l'objet d'une transposition au secteur audiovisuel . L'intervention de l'Etat dans ce secteur se justifierait d'abord parce qu'elle répond à une demande d'options de services télévisuels ; celle-ci concerne plus généralement des biens ou des services dont on souhaite l'existence dans l'éventualité ou non d'une consommation future , leur production étant marquée par une forte irréversibilité , leur consommation par une forte incertitude . Cette notion se rapproche à certains égards de celle des "rendements intergénérationnels" qui concerne des investissements destinés à satisfaire les consommations des générations futures .

Les activités audiovisuelles correspondraient assez fidèlement à cette définition , on peut penser qu'en 1945 , une grande majorité des habitants ignoraient jusqu'à l'existence d'une chaîne de télévision publique dans leur pays respectif , car cela ne reflétait aucunement un besoin vital pour eux-mêmes . On peut penser pourtant qu'en raison de l'augmentation progressive du nombre de récepteurs dans les zones de

diffusion , un grand nombre de consommateurs avaient fini d'une manière ou d'une autre par exprimer leur souhait de pouvoir disposer à leur tour d'images , (interpellation des élus , contact direct avec les installateurs , etc) .

Face à cela , l'Etat va être tenté d'investir dans la construction d'émetteurs afin de satisfaire cette demande d'options , le prix de cette demande étant en quelque sorte matérialisé par l'impôt , en outre il interviendra également à un second niveau en subventionnant directement les chaînes de télé naissantes qui , faute d'audience suffisante ne sauraient être rentables .

D'une manière plus générale , l'intervention de l'Etat dans le secteur audiovisuel à la fin de la Seconde Guerre Mondiale s'inscrivait dans une perspective d'amélioration du "Bien-être" de la Collectivité , celle-ci étant directement liée à la notion de "Service Public" rattachée aux activités de diffusion . De la même façon pouvait-on déceler cette volonté identique , lorsque des pays comme ceux du Bénélux favorisaient la construction de réseaux câblés à la fin des années 70 , afin de permettre aux téléspectateurs d'augmenter leur choix de programmes , CHAUVET , (1986) .

Outre ce souhait initial , apparaissait également celui de développer de nouveaux services (interactivité , etc) , non seulement pour un usage quasi-immédiat par la Collectivité , mais aussi dans un souci de permettre aux générations futures de bénéficier de nouveaux supports de communication .

Si la volonté de répondre à une demande d'options constituait un objectif à plus où moins long terme , en revanche , le désir de contrôler le contenu des images reflétait des préoccupations immédiates de la part de l'Etat .

§ 3.1.3 : LE CONTROLE DU CONTENU DES IMAGES A TRAVERS LA FOURNITURE D'UN SERVICE "TUTELAIRE" .

La fourniture de services "tutélaires" par l'Etat dans le secteur audiovisuel revêt une forme sensiblement différente comparativement aux autres biens de même nature . En effet , la mise à disposition par la Puissance Publique d'un flux continu d'images présente comme particularité d'avoir respectivement un objectif avouable et un objectif non avouable . L'objectif avouable se fonde directement sur les qualités rattachées à un service tutélaire , MUSGRAVE , (1959) , le définit comme celui que l'Etat choisit de fournir hors de l'économie marchande en fonction d'une logique de service public : culture , audiovisuel , éducation , transport , santé , etc .

La mise sous tutelle d'un service s'explique pour deux raisons opposées :

- d'une part pour leur mérite , lorsque l'on estime que les individus ne sont pas disposés à y affecter suffisamment de ressources de leur propre chef (c'est le cas notamment de l'éducation et de l'assurance obligatoire) .

- d'autre part pour leur démerite lorsque l'on reproche au contraire aux individus d'abuser de leur consommation (c'est le cas avec les boissons alcooliques ou les stupéfiants) .

Par rapport aux caractéristiques d'un service "tutélaire" , l'intervention de l'Etat dans le secteur audiovisuel se justifierait dans un premier temps par la volonté d'offrir aux téléspectateurs un support moderne de communication susceptible de contribuer à l'amélioration de leurs connaissances . Dans un deuxième temps , elle serait liée implicitement au désir de prévenir les téléspectateurs contre les "dangers" de consommation pour certains types de programmes . Une illustration concrète de ce phénomène nous est fournie par l'irruption du "carré blanc" sur les écrans de télé , irruption destinée surtout à prévenir les parents de la présence d'images violentes ou érotiques susceptibles de choquer les enfants .

Les raisons que l'on vient d'évoquer sont de nature à rendre légitime l'intervention de l'Etat au sein de ce secteur , cependant cet objectif avouable masque en fait une autre réalité qui l'est beaucoup moins , celle qui implique de contrôler directement le contenu des images transmises aux consommateurs-électeurs .

La diffusion des images est en effet marquée par la présence d' "externalités" ; sans rentrer dans une analyse détaillée , nous nous référerons pour l'occasion aux contributions de BENARD (1985) qui traitaient plus particulièrement des "externalités" de consommation .

Une "externalité" de consommation représente une situation où la consommation d'un individu procure soit des avantages ("externalités" positives) , soit des inconvénients ("externalités" négatives) à un ou plusieurs autres individus .

La consommation de programmes audiovisuels s'était inscrite dès le début des activités de diffusion dans un cadre collectif , plus particulièrement celui du cercle familial . Dans cette optique , une consommation collective d'images était susceptible de provoquer deux types d'externalités , la première correspondait parfaitement à la forme standard en affectant directement la fonction d'utilité d'un téléspectateur , la seconde plus complexe affectait plutôt la fonction d'utilité de l'Etat .

Le premier type d'externalités était directement lié à l'existence au sein de la cellule familiale d'un "leader d'opinion" , fonction assurée habituellement par le chef de famille (père ou mère) . Celui-ci de par son autorité était susceptible en regardant une émission d'influer de manière directe sur les opinions de son entourage à travers ces remarques et autres critiques , LEWIN , (1935) .

L'autre type d'externalités fait référence implicitement au courant de la *Mass Communication Research* , les travaux précurseurs de LASWELL , (1927) , nous indiquent que les moyens de diffusion apparaissent désormais comme des instruments

indispensables à la "gestion gouvernementale des opinions" , celles des alliés comme celles des ennemis . Pour LASWELL , la propagande rime dorénavant avec la démocratie , dans la mesure où elle constitue le seul moyen de susciter l'adhésion des masses .

Même en gommant partiellement le vocable de "propagande" qui s'apparente de fait à un régime totalitaire , on peut penser que l'intervention directe de l'Etat dans le secteur audiovisuel dans la plupart des démocraties occidentales s'expliquerait avant tout par la volonté d'internaliser de possibles "effets externes négatifs" . En effet , en l'absence de tout contrôle exercé par l'Etat , certains programmes comme les émissions d'information peuvent produire des externalités , donnant par exemple une image tronquée des décisions gouvernementales en matière de politique économique auprès des "consommateurs-électeurs".

L'absence d'un droit de regard sur le contenu du journal télévisé , pourrait donner le sentiment à l'Etat que sa politique est mal expliquée aux téléspectateurs , ce qui compte-tenu de l'interdépendance de leur consommation pourrait occasionner une sanction électorale massive lors de futures consultations .

§ 3.2 : LES CARACTERISTIQUES INTRINSEQUES D'UNE FICTION AUDIOVISUELLE : UN ELEMENT DETERMINANT DANS LA STRATEGIE D'UNE CHAINE .

Si l'on s'intéresse à la nature de la plupart des biens produits dans une économie , on constate qu'un même bien peut remplir deux fonctions différentes selon la spécificité du secteur auquel il est affecté . Par exemple , l'ensemble des denrées alimentaires sont considérées comme des "outputs" lorsqu'ils sont vendus par des commerces de détail ou par des grands magasins , mais ils deviennent des "inputs" quand ils servent à la confection d'un plat par un restaurateur . Dans ces conditions , on s'aperçoit que le bien change de nature en fonction du secteur d'activité .

Un programme de fiction présente une particularité par rapport aux autres biens dans la mesure où sa nature se modifie non pas en fonction du secteur d'activité , mais en fonction des caractéristiques des entreprises qui évoluent en son sein . En effet , les chaînes de télé dont l'activité initiale consiste à fournir des images aux téléspectateurs prennent des formes différentes par rapport à deux paramètres :

- la fourniture gratuite ou payante du service audiovisuel .
- le lien direct qui existe entre la diffusion d'un programme et le profit d'une chaîne .

La prise en compte du premier paramètre nous incite à faire une première sélection entre les chaînes hertziennes gratuites d'une part , qu'elles soient publiques ou privées et les chaînes payantes d'autre part, qu'elles soient cryptées ou fonctionnant selon le principe du "Pay Per View"² . Le deuxième paramètre implique de faire une distinction plus fine entre les chaînes qui offrent un service "indivisible" , c'est le cas des chaînes publiques et des chaînes cryptées à péage et les chaînes qui "scindent leur offre" de programmes , comme le font les chaînes privées et les chaînes du "Pay Per View".

Le croisement de ces deux paramètres nous permet de définir ainsi la nature d'un programme de fiction suivant qu'il est diffusé sur l'une ou l'autre type de chaîne .

Tableau numéro 1 : Nature d'une fiction en fonction du type de chaîne qui le diffuse .

	Offre indivisible	Offre différenciée
Chaîne gratuite	Chaîne Publique = Input	Chaîne Privée = Output
Chaîne payante	Chaîne Cryptée = Input	Chaîne "Pay Per View" = Output

Comme l'indique le tableau 1 , une fiction prend résolument la forme d'un "input" lorsqu'elle est diffusée par une chaîne publique comme FRANCE 2 ou par une chaîne cryptée comme CANAL + . Dans les deux cas , elle ne constitue que l'un des nombreux éléments d'un service offert globalement par les chaînes , gratuit pour une chaîne publique car la redevance ne peut en aucune façon être assimilée comme contrepartie au paiement d'un programme . A l'inverse , elle fait l'objet d'un paiement sous forme d'un abonnement pour une chaîne cryptée . La qualité d' "input" implique qu'une faible audience n'engendre pas nécessairement d'effets négatifs sur le profit de la chaîne , si par ailleurs d'autres programmes compensent cette perte .

Dans le même temps , une fiction prend la forme d'un "output" lorsqu'elle est diffusée par une chaîne privée financée par de la publicité ou par une chaîne "Pay Per View". En effet , on peut considérer que la diffusion d'une fiction par ces chaînes s'apparente à la vente directe d'un programme aux téléspectateurs , la perception des recettes publicitaires en provenance des annonceurs dans le premier cas , la contribution directe des téléspectateurs dans le deuxième cas constituant la contrepartie financière . Contrairement à la situation précédente , une faible audience aura nécessairement des

² Littéralement "Payer pour Voir" , ce principe implique qu'un téléspectateur doit payer directement à la chaîne pour avoir accès à la diffusion d'un programme particulier .

répercussions négatives sur le profit de la chaîne et l'obligera à diffuser d'autres programmes capables de générer un fort taux d'écoute afin de compenser cette perte .

L'intérêt de distinguer une fiction sous l'angle respectif d'un "input" et d'un "output" trouve sa source dans la stratégie adoptée par chacune des chaînes . Ainsi lorsqu'une fiction s'apparente à un "input" , la chaîne qui la diffuse bénéficie d'une certaine liberté de manoeuvre dans sa programmation , une erreur de choix n'entraîne qu'un impact limitée sur le niveau du profit .

Dans le même temps , lorsqu'une fiction prend la forme d'un "output" , la chaîne qui choisit de la programmer doit s'efforcer de réaliser le taux d'audience maximum , un échec apparaît alors synonyme de perte de profit . Dans ce contexte , on peut estimer que la présence massive de chaînes privées au sein d'un système contribue à exacerber la concurrence , à l'inverse , la prédominance des chaînes publiques l'atténue considérablement .

§ 3.3 : LA SPECIFICITE DES FACTEURS DE PRODUCTION DANS LE SECTEUR AUDIOVISUEL .

La spécificité des facteurs dans le secteur audiovisuel réside essentiellement dans leurs qualités et leur contribution respective dans la production . En effet , si l'on considère que la fabrication d'une fiction à l'instar d'autres biens résulte de la combinaison d'une quantité donnée de capital et de travail , on constate dans le même temps que ces deux facteurs prennent pour l'occasion des formes très diverses .

Concernant le facteur travail , on peut en distinguer deux types : un travail de conception et un travail d'interprétation .

Par rapport au travail de conception , on peut aussi effectuer une subdivision en trois catégories :

- un travail peu qualifié qui correspond d'une manière générale au travail des manoeuvres , costumiers et autres décorateurs .
- un travail hautement qualifié qui regroupe celui des ingénieurs du son et de l'image , les activités de montage et la conception des effets spéciaux .
- un travail de réalisation qui inclut respectivement les contributions du réalisateur , de ses assistants et du scénariste .

Par rapport au travail d'interprétation , on distinguera également trois catégories :

- la prestation des figurants .

- la prestation des seconds rôles dans une superproduction ou celle des premiers rôles dans une production de série B .
- la prestation des "Superstars" .

Si le salaire-horaire des ouvriers , des ingénieurs , des figurants et autres seconds rôles ne pose pas de problème de mesure , puisqu'il découle en grande partie des conventions collectives signées par les organisations syndicales représentatives des professions du spectacle , il en va tout autrement pour celui des réalisateurs et des "Superstars" qui échappe à toute forme d'accords salariaux . En effet , les métiers de réalisateur et de scénariste d'une part , celui de "superstar" d'autre part ont comme point commun d'être rémunérés en fonction d'éléments comme le talent ou la notoriété , rendant le coût horaire de leur prestation totalement disproportionné par rapport aux autres métiers de la branche . L'explication de ce phénomène trouverait sa source dans les préférences des responsables des chaînes , peu enclin par ailleurs à opérer des substitutions entre talents. Cela implique qu'ils ne considèrent pas comme équivalente la prestation artistique de plusieurs interprètes peu connus à celle d'une "Superstar" , cette dernière étant susceptible d'assurer par sa seule présence le succès de la fiction auprès du Public .

Ce genre de préférence affichée par les chaînes entraîne une augmentation relative de la demande pour les "Superstars" et donc de leur revenu au delà de ce qu'impliquerait leur seul talent , contribuant du même coup à faire fluctuer considérablement le coût horaire de production , ROSEN , (1981) .

Lorsque l'on considère la nature du facteur capital nécessaire à la production d'une fiction , on constate qu'il prend également deux formes distinctes :

- un capital technique qui correspond à l'ensemble des studios , du matériel de production et des décors .
- un capital "naturel" qui regroupe l'ensemble des infrastructures "environnementales" , les paysages par exemple .

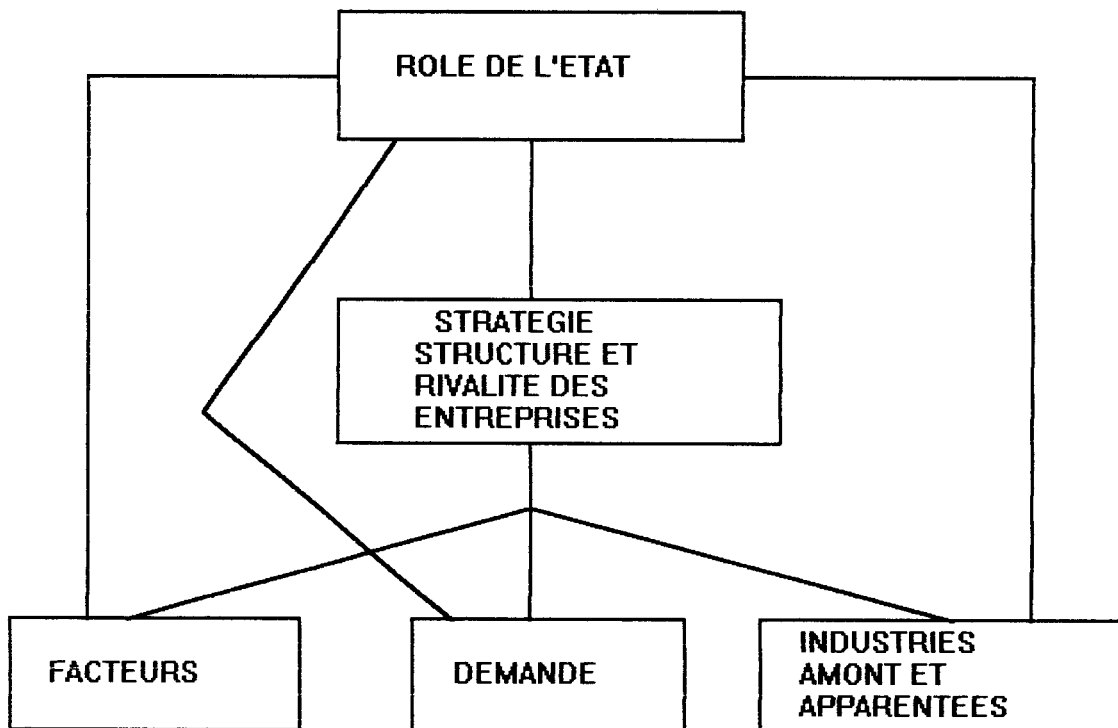
Le capital technique ne pose pas de problèmes particuliers de mesure , on supposera en effet qu'à l'instar d'autres infrastructures et matériaux , celui-ci subit au fil des ans une dépréciation de sa valeur comptable , celle-ci étant déterminée à l'avance par certaines conventions (amortissement linéaire ou dégressif) . En revanche , la mesure du capital "naturel" apparaît beaucoup plus complexe , tant il semble difficile d'attribuer une valeur précise aux grandes infrastructures naturelles dont peut disposer un pays . On peut estimer cependant qu'une fiction tournée dans des décors naturels permet dans un premier temps de réaliser une économie conséquente de frais de décors , de susciter le "rêve" chez les téléspectateurs dans un deuxième temps .

Une chaîne de télé sera une nouvelle fois confrontée à un choix , soit tourner une fiction en studio et voir ainsi son coût de production augmenter de manière considérable , soit privilégier le tournage dans des décors naturels . L'arbitrage entre les deux alternatives s'effectuera en fonction de deux paramètres : la dotation initiale du pays d'origine en infrastructures naturelles et les coûts de transports et d'hébergements nécessaires à l'envoi d'une équipe de tournage à l'étranger .

§ 3.4 : LA STRUCTURE PYRAMIDALE DU SCHEMA "PORTERIEN" ET SES COMPOSANTES .

Les spécificités du secteur audiovisuel nous conduisent à faire apparaître un nouveau schéma qui prend une allure résolument "pyramidale" en plaçant l'Etat au sommet de l'édifice , celui-ci exerçant tout à la fois une influence sur les stratégies des chaînes et sur les autres déterminants .

FIGURE NUMERO 2 : LE NOUVEAU SCHEMA "PORTERIEN".



L'une des originalités qui apparaît dans ce nouveau schéma réside dans l'influence qu'exerce les trois autres déterminants sur la qualité des programmes de fictions , ces derniers se comportent comme des éléments exogènes qui peuvent modifier la qualité des fictions offertes par les chaînes .

Ayant fait apparaître le concept qui servira de clé de voûte pour notre travail , il convient de résumer brièvement pour chacun des déterminants leurs principales composantes :

§ 3.4.1 : LES COMPOSANTES DE L'INTERVENTION ETATIQUE :

Pour le secteur audiovisuel , celui-ci peut s'appréhender à travers plusieurs éléments :

- l'existence d'une instance de régulation .
- la mise en place d'un cahier des charges contraignant .
- l'intervention directe des gouvernants dans la gestion des chaînes et plus généralement leur indépendance par rapport au Pouvoir Politique .

§ 3.4.2 : LES STRATEGIES DES CHAINES :

Celles-ci peuvent prendre plusieurs formes :

- la stratégie de domination par les coûts .
- la stratégie de différenciation .
- la stratégie de concentration sur un segment en dominant les coûts .
- la stratégie de concentration sur un segment par la différenciation .
- la stratégie de "complémentarité" .

§ 3.4.3 : LES FACTEURS :

Les facteurs qui exercent une influence sur les performances des chaînes peuvent se subdiviser en deux catégories :

- l'ensemble des infrastructures et moyens techniques , parmi lesquelles on peut faire une subdivision entre :
 - les infrastructures techniques matérialisées par la qualité des studios de production et leur regroupement au sein d'un "District industriel" .
 - les caractéristiques géographiques d'un pays susceptibles de faciliter l'équipement en émetteurs hertziens ou en réseaux câblés .
 - les dotations en infrastructures naturelles susceptibles de conférer un avantage concurrentiel dans la production de certaines fictions .

- l'ensemble des moyens humains , parmi lesquels on peut séparer :
- les modalités de gestion de la main d'oeuvre , notamment celle des acteurs à travers le rôle joué par les agences .
- l'abondance de la main d'oeuvre affectée au tournage des fictions .

§ 3.4.4 : L'INFLUENCE DES INDUSTRIES SITUES EN AMONT ET APPARENTEES :

Si l'on se place dans le cadre de la production audiovisuelle , il convient ici de définir avec précision l'ensemble des secteurs situés en amont et apparentés qui peuvent exercer une influence sur elle .

Par rapport aux secteurs situés en amont , on peut considérer que l'ensemble des industries ayant un rapport étroit ou lointain avec le son et l'image rentrent dans cette catégorie . Ainsi , des secteurs de l'industrie hi-fi avec la branche acoustique d'une part , le secteur de l'électronique au sens très large du terme (l'industrie spatiale , l'imagerie médicale , celui des instruments de mesure) et le secteur informatique cadrent parfaitement avec cette catégorie .

Si l'on prend en considération les secteurs apparentés à la télévision , on peut constater qu'ils varient sensiblement suivant ce que l'on inclut sous le vocable "apparenté" . Ainsi si l'on admet que la télévision constitue l'un des éléments de base des industries de communication alors les secteurs apparentés seront respectivement : la radio , l'activité des agences de presse et la presse quotidienne et spécialisée .

A l'inverse , si l'on replace la télé dans un ensemble plus vaste constitué par les loisirs , alors on trouve respectivement les secteurs suivants : le théâtre , les concerts , les parcs de loisirs , les associations et les spectacles sportifs et l'industrie cinématographique .

Par rapport à cette dernière , nous mettrons particulièrement l'accent sur :

- sa complémentarité ou sa substitution avec l'industrie audiovisuelle .
- la présence d'économies d'envergure :

On appelle "économies d'envergure" ou "économies d'Association"³ , le fait qu'il est plus avantageux de produire plusieurs biens dans la même unité de production que chacun séparément . On considère généralement que les économies d'envergure reposent sur trois éléments distincts :

- l'existence d'indivisibilité dans la mobilisation des ressources , c'est à dire le fait qu'il faille engager un montant non négligeable de coût irrécupérables pour réaliser une

³ DANG NGUYEN.G : "Economie industrielle appliquée" , Page 147-150 , Collection Vuibert Economie .

opération dans toute sa rentabilité . Ces indivisibilités permettent de dégager des capacités excédentaires qui pourront être allouées à un autre usage que celui pour lequel les ressources ont été immobilisées .

- le caractère de "bien public" lié à ces ressources : le principe est que la réallocation que l'on vient d'évoquer s'opère à un coût marginal négligeable .
- l'existence d'une flexibilité dans la production que doit avoir une immobilisation présentant des "économies d'association" . Cela permet d'adapter les volumes de production de chaque ligne de produit au niveau courant de la demande , ce qui peut être fondamental si ces demandes ne sont pas corrélées .

§ 3.4.5 : LE ROLE DE LA DEMANDE :

L'influence exercée par la demande pourra s'appréhender à travers trois critères :

- le contexte économique favorable à la demande de produits audiovisuels .
- les dimensions du marché intérieur .
- la capacité des chaînes à prendre en compte l'expression de la demande des téléspectateurs .

L'utilisation de ce nouveau schéma portérien de type "pyramidal" nous conduira à comparer les mérites respectives de chaque "système" audiovisuel qui existe ou qui ont existé , nous insisterons pour l'occasion plus particulièrement sur leurs performances à travers trois paramètres :

- le solde de la balance commerciale .
- l'adaptation à la demande nationale .
- l'adaptation à la demande mondiale .

Pour conclure , on peut constater qu'une bonne appréhension de l'ensemble des facteurs qui contribuent à expliquer l'avantage concurrentiel d'un pays dans la production de fictions nous oblige à utiliser deux concepts empruntés à l'analyse économique : le schéma "portérien" initial et celui de "système audiovisuel" . Lorsqu'on les considère séparément , ces deux concepts ne nous apportent qu'une réponse partielle à la question de savoir quels sont les déterminants de la domination des Etats-Unis sur le Reste du monde dans la production audiovisuelle . Ainsi , le schéma "portérien" permet de montrer les différentes interactions entre les déterminants tout en donnant un

rôle exogène à l'Etat , ce qui ne correspond pas forcément à la réalité du secteur audiovisuel . De la même façon , le concept de "système audiovisuel" présente un avantage par rapport au schéma "portérien" dans la mesure où il permet de définir les relations étroites entre chaque composante du secteur , sa portée reste cependant limitée car il ne permet pas d'apprécier réellement les éléments qui influent de manière significative sur la qualité des fictions produites .

Les attraits de ces deux éléments nous conduisent à redéfinir un nouveau concept qui reprend la terminologie "portérienne" tout en y intégrant les paramètres du "système audiovisuel". Celui-ci que l'on qualifie de schéma porterien "pyramidal" place résolument le rôle de l'Etat au premier plan en fonction de sa double influence , à la fois sur le système technique et le système économique (promotion de nouvelles techniques de diffusion , accords de licence , etc) .

Il implique également de placer les stratégies adoptées par les chaînes dans une position intermédiaire , alors que les autres déterminants n'interviennent qu'en dernier lieu pour améliorer ou détériorer la position de l'offre de fictions dans un pays quelconque . Ayant défini respectivement les séquences de cette nouvelle structure , il convient d'en faire une application concrète pour chaque système audiovisuel .

CHAPITRE 2 : LES FONDEMENTS DE L'AVANTAGE CONCURRENTIEL DES ETATS-UNIS DANS LA PRODUCTION DE FICTIONS .

La place importante tenue par les fictions américaines dans la programmation des chaînes publiques européennes jusqu'en 1985¹, nous laisse penser qu'au delà de l'efficacité relative des systèmes européens , il existait une forme d'organisation du secteur qui apparaissait beaucoup plus efficace : le système "américain" . Ce dernier se caractérisait par un certain nombre de paramètres qui l'ont conduit à être plus performant que les autres systèmes dans le domaine de la production audiovisuelle , à un point tel que l'on n'hésitait plus à qualifier d' "hégémonie américaine" cette domination apparente .

Quels sont les éléments qui conditionnaient cet avantage concurrentiel ? . En s'appuyant sur la structure "pyramidale" de notre schéma , on pouvait considérer qu'au niveau de chaque déterminant , les Etats-Unis disposaient d'atouts considérables comparativement aux pays européens .

Au niveau du rôle de l'Etat d'abord , on pouvait estimer que l'orientation très libérale de son action sur le système américain a contribué dès le départ à placer les chaînes dans un environnement concurrentiel , les obligeant par la même occasion à rechercher les meilleurs programmes capables de générer de fortes audiences , synonymes de profits élevés . Dans le même temps , l'irruption précoce de la publicité n'expliquait pas totalement la domination américaine dans la production de fictions . En effet , l'observation des caractéristiques des trois autres déterminants du schéma : les facteurs de base , les industries situées en amont et apparentées et l'influence de la demande , laissait apparaître certains éléments de nature à améliorer considérablement la qualité des fictions produites .

L'objet de ce premier chapitre consistera à analyser l'ensemble des déterminants de l'avantage concurrentiel des Etats-Unis dans la production de fictions jusqu'en 1985 , en mettant en valeur le fonctionnement spécifique du système américain . Dans cette optique , nous étudierons d'abord le rôle que jouait l'Etat sur l'organisation du "système" à travers l'instance de régulation qu'est la FCC (Fédéral Communications Commission) ; nous observerons ensuite les stratégies adoptées par chacune des chaînes américaines en fonction du contexte économique qui prévalait à différentes époques , absence d'un secteur public , apparition des premières chaînes câblées , etc .

¹ M.MAGGIORE : "La production Audiovisuelle dans le Marché Unique" , Commission des Communautés Européennes , 1991 , Page 48 .

Pour finir , nous examinerons d'autres paramètres susceptibles de faire parvenir le secteur audiovisuel américain à maturité en même temps que d'améliorer la qualité de ses fictions .

SECTION 1 : LE ROLE DE L'ETAT AU SEIN DU SYSTEME AMERICAIN .

Les principes généraux sur lesquels repose le Droit de la communication aux Etats-Unis sont fondés sur le Premier Amendement de la Constitution , le premier des Droits rappelés par le *Bill of Rights* , en 1789 :

- "*Le Congrès ne pourra faire aucune loi concernant l'établissement d'une religion ou interdisant son libre exercice , restreignant la liberté de parole ou de la presse , ou touchant au droit des citoyens de s'assembler paisiblement et d'adresser des pétitions au Gouvernement pour le redressement de leurs griefs*"² .

Ce premier amendement est à la base de la réglementation du Droit d'expression aux Etats-Unis , la règle en matière de communication , c'est l'absence de réglementation mais surtout l'absence d'intervention de l'Etat . Dans ce contexte , on peut définir le rôle de l'Etat au sein du système audiovisuel "américain" en fonction de plusieurs éléments :

- l'indépendance totale des chaînes par rapport au Pouvoir Politique .
- l'existence d'une instance de régulation aux pouvoirs étendus .
- la volonté de faire respecter la libre concurrence .
- l'aspect embryonnaire du secteur public .

§ 1.1 : L'INDEPENDANCE DES CHAINES PAR RAPPORT AU POUVOIR POLITIQUE .

Ce premier élément donne au système "américain" une orientation libérale , dans la mesure où leurs chaînes peuvent y développer leurs activités de diffusion à l'abri de toutes pressions qui pourraient venir des partis politiques . Aux Etats-Unis , l'indépendance du système audiovisuel résulte de la conjonction de trois éléments essentiels : l'utilisation des médias comme "contre-pouvoir", la structure fédérale de l'Etat et l'absence de clivages nets entre les deux partis qui dominent la vie politique .

La volonté d'utiliser l'ensemble des médias comme "contre-pouvoir" face à ceux qui existent dans une démocratie : le pouvoir exécutif , législatif et judiciaire , s'inspire

² MJ.SKIDMORE , M.CARTER-TRIPP : "La Démocratie Américaine" , page 319 , Editions Odile JACOB , 1988 pour la traduction française .

directement du Premier Amendement à la Constitution des Etats-Unis³. Celui-ci s'est efforcé d'assurer dans un premier temps l'indépendance de la presse face au Pouvoir Central, ce principe s'appliquera plus tard également à la radio et à la télévision si bien que l'on finira par qualifier l'ensemble des moyens d'information en Amérique de "quatrième pouvoir". La télévision, par exemple utilisera à plusieurs reprises celui-ci, contribuant tantôt à faire chuter des hommes politiques comme MAC CARTHY ou NIXON, tantôt à les faire élire comme KENNEDY en 1960.

La structure fédérale de l'Etat est un autre élément qui contribue à l'indépendance du système, car contrairement à la plupart des Etats européens qui possèdent des organes de décision centralisés, la vie politique des Etats-Unis repose essentiellement sur un mode d'organisation décentralisé. Chaque gouverneur est ainsi assimilé à une sorte de "Chef d'Etat" à l'échelon local, ce qui limite par ailleurs les possibles pressions que pourrait exercer le Président américain sur les responsables des chaînes nationales.

Pour finir, l'absence de clivages nets qui subsistent entre les deux partis exerçant une influence sur la vie politique américaine a consolidé d'une certaine manière l'indépendance des chaînes. En effet, la vie politique américaine est marquée à la fois par des périodes d'alternances régulières où tantôt le Parti Démocrate, tantôt le Parti Républicain sont au pouvoir, mais également par des périodes de cohabitation impliquant le partage du pouvoir exécutif et législatif entre les deux partis.

La différence essentielle qui existe entre les Etats-Unis et la plupart des pays européens implique que les partis politiques américains ne considèrent pas le contrôle du contenu de l'information et par extension celui de l'ensemble des émissions comme nécessaire à leur assurer la victoire aux élections générales. On constate par ailleurs que les journalistes semblent jouer le jeu de leur côté, en évitant d'attaquer trop brutalement certaines institutions représentatives de la société américaine comme l'Armée ou l'Eglise. Même si certaines critiques récentes tendraient à remettre en cause l'objectivité de certains présentateurs vedettes des journaux télévisés (le ton libéral de Dan RATHER sur CBS provoqua plusieurs fois l'ire des Républicains au Congrès), il ne semble pas que l'indépendance de l'information puisse être réellement menacée à l'avenir.

SECTION 1.2 : L'EXISTENCE D'UNE INSTANCE DE REGULATION AUX POUVOIRS ETENDUS.

Le système "américain" tout comme le système "anglais" s'est doté dès 1934 d'une instance de régulation chargée de contrôler l'activité du secteur audiovisuel, la FCC⁴

³ Celui-ci était le premier d'une série de douze amendements qui furent adoptés par le Congrès le 25 Septembre 1789, ils étaient destinés à calmer les craintes suscitées par les pouvoirs attribués au gouvernement fédéral, in "Chronique des Etats-Unis", Edition Larousse, 1990.

⁴ D.GINSBURG : "Régulation of Broadcasting : Law and Policy Towards Radio, Télévision and Cable Communications", St Paul (MN), West, 1979.

(Fédéral Communications Commission) . Celle-ci se compose de cinq membres , nommés pour 7 ans par le Président des Etats-Unis , sur accord du Sénat , par principe , son président est désigné parmi les 5 membres nommés et pas plus de trois membres ne peuvent appartenir au même parti politique .

Elle dispose de quatre domaines de compétence essentiels :

- l'attribution des licences .
- la réglementation de la concurrence et de la concentration .
- un rôle en matière de programmation .
- un droit de regard sur le contenu des programmes ainsi que la possibilité de donner une appréciation sur les performances des chaînes au niveau de la production .

Concernant le premier point , elle définit au préalable un plan des fréquences disponibles avant d'allouer des licences aux stations locales en fonction des qualifications du candidat et de son projet en regard de l'intérêt général . Elle procède également au renouvellement des licences , tous les sept ans pour les chaînes de télé , tous les cinq ans pour les radios .

Par rapport à la réglementation de la concurrence et de la concentration , elle doit s'efforcer d'éviter simultanément une trop forte concentration horizontale , verticale mais également une concentration multimédia au sein d'une même région .

Son rôle au niveau de la programmation consiste à faire appliquer aux chaînes la "Fairness Doctrine" , ROWAN (1984) , c'est à dire un ensemble de règles qui imposait aux radiodiffuseurs deux types d'obligations :

- consacrer un temps d'antenne raisonnable à la discussion des questions controversées d'importance publique dans leurs communautés .
- accorder un temps raisonnable aux vues opposées lorsqu'une opinion a été proférée à l'antenne .

Pour le dernier point , la FCC a l'obligation d'assurer une mission de protection des téléspectateurs et plus particulièrement des enfants , en interdisant la diffusion de certains contenus jugés trop violents ou érotiques . Elle peut également examiner les performances des chaînes en matière de production au moment du renouvellement de leur concession .

§ 1.3 : LA VOLONTE DE FAIRE RESPECTER LA LIBRE-CONCURRENCE.

Il appartient comme nous venons de le voir à la FCC de veiller à une stricte application de la concurrence et de la concentration . La volonté d'assurer la libre concurrence à l'intérieur du système va s'effectuer selon quatre modalités :

- une séparation stricte entre les fonctions de production et celles de programmation .
- le souhait de limiter la concentration horizontale .
- le souhait de limiter la concentration verticale .
- l'application du principe du "Common Carrier".

L'interdiction faite à un diffuseur d'images et de sons d'intégrer dans la même société une activité de production constitue sans doute l'élément le plus emblématique du système "américain" . En effet , depuis 1948 , il est interdit aux "Major Companies"⁵ d'être propriétaires de salles de cinéma et depuis 1971 , aux chaînes généralistes de produire les émissions qu'elles diffusent . Cette règle comporte en fait deux avantages notoires pour le système :

- elle favorise la diversification des fournisseurs , assure un certain pluralisme dans l'approvisionnement et empêche la formation de monopoles audiovisuels .
- elle procure une plus grande souplesse de gestion au diffuseur qui peut ainsi mieux suivre les variations de la demande des téléspectateurs , celui-ci peut également changer plus facilement de producteurs , occasionnant du même coup une forte concurrence entre ces derniers .

Le souhait de limiter la concentration horizontale implique pour la FCC de veiller, lors du renouvellement des licences , d'une part à ce que le comportement des stations ne soit pas de nature à gêner la liberté de communication , d'autre part à ce que la politique des programmes réponde aux besoins locaux ; elle doit veiller également à ce qu'une chaîne ne prenne trop d'importance économique et politique dans la région où elle exerce . Pour prévenir la concentration horizontale , la FCC avait interdit dès 1953 à un individu ou à une compagnie de posséder plus de 7 stations de télévision (ce principe restera en vigueur jusqu'en 1985) . Cela n'empêchera pas les grands "networks"⁶ , ABC , CBS et NBC de contrôler la totalité du marché à la fin des années 50 . En effet , chaque groupe s'efforçait de posséder des stations qui couvraient les zones les plus densément peuplées comme New York ou Los Angeles , ce qui constituait environ 25 % de l'audience totale . A côté des "networks" , on pouvait noter la présence de chaînes qui n'appartenaient pas au groupe mais qui retransmettaient une partie des programmes au moment des heures de grande écoute , les chaînes "affiliées" .

⁵ Il s'agit des grandes maisons de production hollywoodiennes , WARNER BROS , PARAMOUNT , UNIVERSAL PICTURE , MGM , FOX , COLUMBIA et WALT DISNEY .

⁶ Equivalent anglo-américain du terme français "réseau de télévision et de radiodiffusion" qui désigne les trois grandes chaînes privées aux USA , auxquels sont affiliés un certain nombre de stations généralistes commerciales qui reprennent tout ou partie de leurs programmes sur leur région d'émission , in "lexique de l'audiovisuel , page 168 , édition Dalloz , 1990 .

De cette manière , les "networks" couvraient indirectement la quasi-totalité du territoire en ne laissant qu'une faible part de l'audience aux stations indépendantes .

Au niveau de la prévention de la concentration verticale , la réglementation limitait assez sévèrement les possibilités pour un même groupe de cumuler des activités dans la presse et la télévision , aussi bien à l'échelon national qu'à l'échelon local .

Le dernier point concerne la mise en place du principe du "Common Carrier" , celui-ci impliquait que tout transporteur d'informations qui n'était pas en même temps le programmeur (radio , télévision) ne pouvait refuser l'accès à son réseau à quiconque voudrait y faire circuler une information . Cette mesure concernait surtout les cablo-opérateurs qui ont dû au cours de la décennie 70 s'efforcer de faire une place à la diffusion des émissions en provenance des "networks" .

§ 1.4 : L'ASPECT EMBRYONNAIRE DU SECTEUR PUBLIC .

L'une des particularités attachées au système "américain" réside dans le faible poids pris en son sein par le secteur public , contrairement au système "anglais" où les chaînes publiques y tenaient une place très importante . Aux Etats-Unis , celles-ci étaient totalement absentes jusqu'en 1967 , date de la mise en place du CPB (Corporation for Public Broadcasting) , organisme à but non lucratif chargé du développement du secteur public , qui aboutira d'ailleurs à la création du PBS (Public Broadcasting System)⁷ . La volonté du gouvernement américain de créer une chaîne publique s'était fait réellement sentir au début des années 60 . En effet , c'était sous la présidence de KENNEDY que les premières critiques sur la qualité des programmes diffusés par les "networks" sont apparues , critiques qui provenaient surtout des milieux intellectuels . Il faudra pourtant attendre 1966 , à la suite des travaux de la Commission CARNEGIE pour qu'une impulsion significative soit donnée aboutissant alors à l'apparition du réseau public .

L'originalité du fonctionnement du réseau public se situe à plusieurs niveaux , CPB assure l'interconnexion entre l'ensemble des stations disséminées à travers les Etats-Unis tandis qu'elle fournit en même temps les fonds nécessaires à la création de nouvelles émissions . Pendant ce temps , PBS agit de manière assez semblable à un réseau privé en distribuant par satellite des émissions aux 300 stations locales et en leur fournissant également toute une gamme de prestation (promotion , préparation d'émissions , etc) .

Deux autres spécificités caractérisent aussi l'organisation du réseau : la première est liée à la nature des chaînes locales , elles peuvent en effet appartenir tantôt à des universités,

⁷ C.J.BERTRAND : "Les Etats-Unis et leur télévision", INA , Collection : "Les télévisions du Monde" , page 210-228 , Edition Champ Vallon , 1989 .

tantôt à des écoles ou à des communautés ethniques . La deuxième a pour cadre l'origine de son financement ; en effet , on considère que seulement la moitié des fonds proviennent directement de la Puissance Publique (par l'intermédiaire de fonds fédéraux ou directement des Etats) , le reste émane soit de dons personnels de téléspectateurs , soit du mécénat .

SECTION 2 : LA STRATEGIE DES CHAINES AU SEIN DU SYSTEME "AMERICAIN" .

Nous venons de mettre en évidence le caractère relativement discret de l'intervention de l'Etat au sein du système . Si l'on excepte la fixation d'un certain nombre de règles de jeu destinées à empêcher la constitution de monopole , on pouvait considérer que l'ensemble des conditions semblaient réunies pour que s'exerce une concurrence acharnée entre les trois grand réseaux . En effet , l'un des pivots essentiels du système américain reposait sur le financement publicitaire des chaînes de télé , celles-ci qui étaient entièrement privées jusqu'en 1967 , ne percevaient de ressources qu'en fonction de l'audience réalisée . L'audience des téléspectateurs était de ce fait "vendue" aux annonceurs publicitaires qui disposaient de quelques minutes entre chaque programme pour diffuser leurs spots . Confrontées à l'obligation impérative de faire des profits , les chaînes adopteront l'une des trois grandes stratégies "portériennes", la stratégie de domination par les coûts en l'occurrence .

Sans expliciter en détail les fondements de cette stratégie sur laquelle nous reviendrons ultérieurement , on peut considérer que dans le cas présent , elle prend deux formes :

- une chaîne choisit de diffuser un programme coûteux en espérant réaliser un taux d'audience élevée , son profit sera d'autant plus grand que le rapport taux d'audience/coût sera élevé .
- une chaîne s'attend à réaliser toujours le même taux d'audience en diffusant des fictions peu onéreuses , dans ce cas , le profit sera élevé si le coût de production est réduit au minimum .

L'auteur distingue trois périodes qui marqueront le comportement stratégique des chaînes au sein du système :

- (1946-1969) : le règne de la stratégie unique .
- (1969-1976) : l'apparition d'une stratégie de différenciation .
- (1976-1985) : l'élargissement de l'éventail des stratégies .

§ 2.1 : (1946-1969) : LE REGNE DE LA STRATEGIE UNIQUE .

Cette période qui correspond au démarrage effectif des trois grands "networks" , ABC , CBS et NBC sera marquée par l'adoption d'une stratégie commune aux trois grandes chaînes : la stratégie de domination par les coûts . Jusqu'en 1969 , le système "américain" reposait sur une structure de marché que l'on pouvait qualifier d'oligopolistique , dans le sens où chacun des réseaux se partageait la plus grande partie de l'audience potentielle , n'en laissant qu'une infime partie aux chaînes locales .

C'est dans ce contexte particulier , qui ne se doublait par ailleurs d'aucune restriction concernant la perception des recettes publicitaires , que les chaînes vont s'affronter , essentiellement pendant le "Prime Time" où elles adopteront des comportements identiques consistant à programmer le même genre d'émission que leurs concurrentes . Leur programmation se composait de films , de "talk-shows", de spectacles sportifs mais d'abord et surtout de fictions , GITLIN , (1983) .

Tableau numéro 2 : Programmation des trois "networks" en 1965 pendant le "Prime Time".

Jour	Chaîne	20 h	20 h 30	21 h	21h30	22 h	22 h 30	23 h
Dimanche	ABC	Voyage to the Bottom of the Sea.	The FBI	The FBI	ABC Sunday Night Movie	ABC Sunday Night Movie	ABC Sunday Night Movie	ABC Sunday Night Movie
	CBS	My Favorite Martian	Ed Sullivan Show	Ed Sullivan Show	Perry Mason	Perry Mason	Candid Camera	What's My Line
	NBC	Walt Disney	Walt Disney	Branded	Bonanza	Bonanza	Wackiest Ship in the Army	Wackiest Ship in the Army
Jeudi	ABC	Shindig	Donna Reed Show	OK Crackerby	Bewitched	Peyton Place	Long Hot Summer	Long Hot Summer
	CBS	The Munsters	Gilligan's Island	My Three Sons	CBS Night Movie	CBS Night Movie	CBS Night Movie	CBS Night Movie
	NBC	Daniel Boone	Daniel Boone	Laredo	Laredo	Mona Mac Cluskey	Dean Martin Show	Dean Martin Show

Source : The complete directory to Prime Time Networks TV Shows (1946-Présent) , T.BROOKS , E.MARSH , 1991 , P 1019 .

Le tableau numéro 2 nous donne un aperçu de la grille des programmes pour les trois grands networks pendant la saison 1965⁸. Un examen attentif de sa structure nous conduit à faire deux remarques :

- le découpage de la grille en tranche de 30 minutes .
- la généralisation des pratiques d' "anti-programmation" .

La combinaison de ces deux phénomènes caractérisent ici parfaitement une stratégie de domination par les coûts adoptées par les chaînes . En effet , le découpage d'une grille des programmes en tranche de 30 minutes permet à une chaîne de diffuser des séries ou des feuilletons d'un format de 26 minutes environ , (26 minutes de programmes + 4 minutes de publicité = 30 minutes). On sait par ailleurs (cf annexe 1) qu'un programme d'une durée de 26 minutes correspond dans la majorité des cas à un "soap-opéra" ou à un "sitcom" , c'est à dire un produit bénéficiant d'un faible coût de production dû à son caractère répétitif prononcé .

Une bonne illustration nous est fournie par ABC et CBS le jeudi soir , celles-ci ne diffusent que ce type de programmes entre 20 heures et 22 heures pour la première , et 20 heures et 21 heures pour la seconde . Si l'on pousse plus loin notre analyse , on doit admettre qu'ABC applique ce principe à l'extrême en diffusant cinq programmes du même type aux heures de "Prime Time" :

- *"Shindig"* : Emission musicale axé sur le Rock and Roll , (tournage en plateau , faible coût) .
- *"The Donna Reed Show"* : Sitcom .
- *"OK Cracherby"* : Sitcom .
- *"Bewitched"* : Sitcom connu sous le titre français de *"Ma sorcière bien-aimée"* .
- *"Peyton-Place"* : le premier soap-opéra américain .

Ainsi si l'on excepte la diffusion de films , d'émissions sportives et de quelques rares émissions d'information , on peut s'apercevoir que les networks diffusent tous le même type de programme , peu onéreux et susceptible de capter une très large audience en raison du caractère familial qui leur est attaché .

L'autre élément qui caractérise parfaitement l'adoption d'une stratégie de domination par les coûts est marqué par la généralisation des pratiques d'anti-programmation . On peut définir l'anti-programmation⁹ en employant sa forme anglaise

⁸ On considère qu'une saison audiovisuelle aux Etats-Unis commence en Septembre et se poursuit jusqu'en Mai de l'année suivante , dans le cas présent , il s'agit de la programmation des chaînes entre Janvier et Mai 1965 , les fictions sont indiquées en caractère gras .

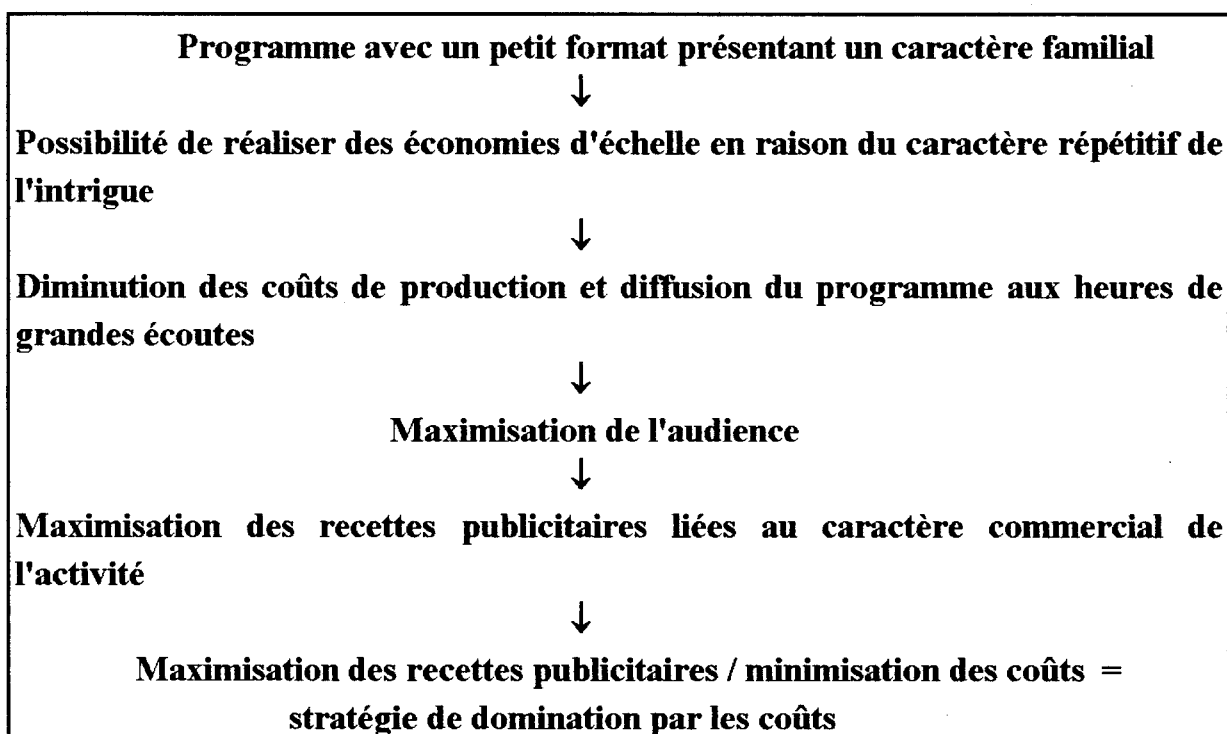
⁹ F.MARIET : "La Télévision Américaine , Médias , Marketing et Publicité" , Page 252 , Collection Economica Gestion , 1990 .

nettement plus explicite "*compétitive programming*", comme une programmation qui rentre directement en concurrence avec la programmation d'une autre chaîne .

Cela suppose qu'une chaîne va diffuser le même type d'émission à la même heure qu'une autre en espérant capter le plus d'audience . Ces pratiques ont été mises en évidence par un certain nombre d'auteurs , notamment STEINER (1952) et NOAM (1987) qui ont cherché tous les deux à comprendre pourquoi les chaînes de télé ont une fâcheuse tendance à dupliquer les programmes , plutôt qu'à les diversifier . Nous reviendrons plus en détail sur ces pratiques de programmation dans notre deuxième partie en les appliquant plus directement au cas de l'Europe , mais il convient de souligner que de telles pratiques avaient pris naissance aux Etats-Unis dès le milieu des années 50 .

Pour résumer la situation qui prévalait aux Etats-Unis pendant les années 60 , on pouvait considérer que toutes les chaînes de télé adoptèrent le même comportement en diffusant à la même heure , le même type de programme suivant une séquence que résume l'encadré 1 .

Encadré numéro 1 : La stratégie de domination par les coûts au sein du "système" américain .



On peut considérer que l'adoption par les "networks" d'une stratégie de domination par les coûts a été de nature à dynamiser très fortement dès cette époque la production de fictions . En effet , compte tenu de la séparation très nette entre les

activités de production et les activités de diffusion , les producteurs de fictions hollywoodiens se sont efforcés à la fois de produire abondamment à faible coût en s'efforçant de parvenir dans le même temps à offrir un minimum de qualité .

§ 2.2 : (1969-1976) : L'APPARITION D'UNE STRATEGIE DE DIFFERENCIATION .

Cette deuxième période relativement courte en somme sera marquée par un événement , qui , s'il ne fut pas de nature à remettre en cause le fonctionnement du système "américain" , constitua cependant un signe avant coureur de l'évolution de la situation durant la décennie 80 . Il s'agit de l'apparition du réseau public PBS , celui-ci par l'intermédiaire de ces chaînes locales disséminées sur tout le territoire va diffuser ses émissions à partir de 1969 . Contrairement aux trois "networks" , son mode de financement ne reposait aucunement sur les recettes publicitaires mais s'appuyait plutôt sur une multitude de revenus , WITHERSPOON et KOVITZ , (1987) :

- les contributions des téléspectateurs assimilables en fait au paiement d'une redevance volontaire .
- les subventions des collectivités locales (Etats ou Municipalités) .
- les subventions fédérales .
- la vente d'émissions .

Cette diversité des revenus d'une part , l'absence de liens entre les recettes publicitaires et l'audience impliquera pour la chaîne d'opter résolument pour une stratégie de différenciation , en s'appuyant en l'occurrence sur la diffusion d'émissions que l'on pourrait qualifier tantôt de "hauts de gamme" , tantôt d'"éducatives" .

En effet , la stratégie de différenciation dans le secteur audiovisuel consiste à offrir aux téléspectateurs des programmes aux contenus sensiblement différents de ceux offerts par les chaînes privées , moyennant l'existence d'un surcoût . Dans le cas présent, le surcoût peut s'appréhender sous la forme d'un paiement volontaire de la part des ménages ou d'une subvention d'une collectivité , par opposition au financement publicitaire des chaînes privées . Bien que son audience restera cantonnée à des niveaux très faibles (environ 2 à 3 % de l'audience totale) , elle prouvera en fait que le public américain était disposé à recevoir autre chose que les sempiternels programmes de fictions diffusés par les trois réseaux .

Cette période permettra aussi la consolidation des positions de chacun des trois réseaux, ceux-ci ne changeront rien à leurs comportements en matière de programmation en ne cherchant toujours qu'une maximisation de l'audience .

Une étude effectuée par l'UNESCO en 1974 qui porte sur la programmation des chaînes publiques et privées nous montrent les différences de comportements qui existent entre les deux durant l'année 1971 . La méthodologie employée pour cette enquête consiste à diviser le volume global de diffusion selon 15 genres de programmes en distinguant ainsi : le journal télévisé , les documentaires , les sports , les feuilletons , les films , les programmes culturels , etc .

Le tableau 3 laisse apparaître la répartition des programmes en pourcentage du volume global de diffusion pour les deux types de chaînes :

Tableau numéro 3 : Structure des programmes des chaînes commerciales et publiques (éducatives) aux Etats-Unis en 1971 (pourcentage par genre) .

TYPE DE PROGRAMMES	CHAINES COMMERCIALES	CHAINES PUBLIQUES
JOURNAL TELEWISE	11 %	2 %
ACTUALITES	2 %	12 %
DOCUMENTAIRES	1 %	5 %
PROGRAMMES EDUCATIFS	2 %	42 %
SPORTS	5 %	2 %
FEUILLETONS	25 %	0 %
FILMS DE LONG METRAGE	15 %	1 %
VARIETES	26 %	5 %
EMISSIONS DRAMATIQUES	0 %	5 %
FOLKLORE	0 %	1 %
PROGRAMMES POUR ENFANTS	8 %	22 %
PROGRAMMES RELIGIEUX	2 %	0 %
MUSIQUE PURE	1 %	2 %
DIVERS	2 %	1 %
TOTAL	100 %	100 %

Source : Etudes et Documents d'Information de l'UNESCO : Numéro 70 : "La télévision circule-t-elle à sens unique . Revue et analyse de la circulation des programmes de télévision dans le monde", page 19 , 1974 .

Le tableau 3 laisse apparaître une structure de la grille des programmes totalement différente en fonction du statut de la chaîne , ainsi deux tiers des programmes diffusés sur les chaînes commerciales sont composés de films , feuilletons et variétés , c'est-à-dire générateurs de fortes audiences . A l'inverse , deux tiers de la programmation des chaînes publiques sont composés de programmes éducatifs et pour enfants , un genre par ailleurs largement délaissé par les chaînes commerciales car peu

susceptible d'attirer l'attention d'un large public . Le seul point commun qui unit les deux chaînes trouve sa source dans la forte concentration du volume de diffusion sur certains programmes , ainsi 66 % des programmes offerts par les chaînes commerciales sont le fait de trois produits uniquement , deux pour les chaînes publiques .

§ 2.3 : (1976-1985) : L'ELARGISSEMENT DE L'EVENAIL DES STRATEGIES DES CHAINES.

1976 apparaît comme une année charnière pour le système "américain" , celle-ci marquera en effet le véritable point de départ du câblage du pays entraînant ainsi l'apparition d'une multitude de petites chaînes thématiques , ROSE , (1985) . C'est ainsi qu'à partir de cette époque , on verra apparaître des chaînes spécialisées dans la diffusion d'un genre particulier , on peut citer de manière non exhaustive ¹⁰ :

- NICKELODEON , chaîne spécialisée dans les programmes pour enfants , lancée en 1979 et touchant 57,5 millions d'abonnés .
- C.SPAN , chaîne qui couvre les activités de la Chambre des Représentants depuis 1979 et celles du Sénat depuis 1984 .
- CNN , chaîne d'information qui diffuse ses programmes depuis 1980 en touchant presque 60 millions de foyers .
- MTV , chaîne musicale consacrée surtout au Rock and Roll , lancée en 1981 et qui touche 55 millions de foyers .
- AMERICAN MOVIE CLASSICS (AMC) , chaîne spécialisée dans la diffusion des classiques du cinéma hollywoodien et qui émet depuis 1984 .

Jusqu'à cette date , l'audience potentielle aux Etats-Unis se répartissait presque entièrement entre les "networks" qui ne s'inquiétaient pas outre mesure d'une possible concurrence émanant d'autres chaînes . La multiplication des chaînes thématiques les surprendra totalement en les obligeant non pas à modifier leur stratégie de base , mais à en accroître fortement l'intensité . Ces nouvelles chaînes qui ne disposaient pas à l'origine de gros moyens se positionneront d'entrée de jeu sur un segment spécifique en adoptant une stratégie de concentration . Celle-ci prendra deux formes :

- minimiser les coûts de production comme les chaînes musicales ou sportives s'y emploieront .
- chercher à se différencier comme l'ensemble des chaînes à péage .

¹⁰ Pour un aperçu complet de l'offre des chaînes câblées , on se reportera à l'ouvrage de référence de F.MARIET sur la télévision américaine : "La télévision Américaine , Médias , Marketing et Publicité" , Page 300-302 , Collection Economica Gestion , 1990 .

Considérées séparément , celles-ci ne représentaient pas un réel danger pour les trois "networks" , mais lorsque l'on additionnait leur audience respective , on pouvait constater qu'elles entamaient sérieusement la position dominante des grandes chaînes .

Le tableau 4 montre l'évolution de l'audience des "networks" entre 1978 et 1985 .

Tableau numéro 4 : L'érosion de l'audience des "networks" .

SAISONS	A.B.C	C.B.S	N.B.C	TOTAL
1978-1979	34%	30%	27%	91%
1979-1980	31%	31%	28%	90%
1980-1981	29%	30%	26%	85%
1981-1982	29%	30%	24%	83%
1982-1983	28%	29%	24%	81%
1983-1984	27%	28%	23%	78%
1984-1985	24%	27%	26%	77%

Source : NIELSEN MEDIA RESEARCH .

Ce tableau laisse apparaître deux traits dominants , d'abord une diminution sensible de l'audience totale des "networks" entre 1978 et 1985 d'environ 14 % , ensuite, une répartition sensiblement identique de l'audience entre les trois grandes chaînes témoignant ainsi d'une certaine stabilité originelle du système .

La chute régulière de l'audience aura toutefois des conséquences considérables sur la production de fictions américaines . En effet , en constatant une perte sensible du nombre de leurs téléspectateurs , les "networks" renforceront leur stratégie de base , en exigeant dans un premier temps des producteurs qu'ils fassent un effort conséquent pour diminuer leurs coûts , dans un deuxième temps en retirant systématiquement les fictions n'atteignant pas un taux d'écoute minimum .

Jusqu'au milieu des années 70 , les producteurs parvenaient sans peine à rentabiliser leurs fictions en les vendant aux chaînes , la revente aux stations indépendantes et l'exportation ne représentaient pour eux qu'une forme de bonus . Au début des années 80 , le contexte se modifia sensiblement dans la mesure où la diffusion sur les "networks" ne suffisait plus désormais à couvrir leurs frais . Si l'on considère que dans le même temps , la revente aux stations indépendantes ne leur permettait plus de combler qu'une partie de ce déficit, on pouvait penser que l'obligation de trouver de nouveaux débouchés sur les marchés internationaux devenait nécessaire à court terme . Dans ces conditions , il n'était dès lors pas surprenant de voir les producteurs

américains faire pression auprès des responsables des chaînes publiques européennes afin qu'ils achètent leurs fictions .

SECTION 3 : L'INFLUENCE DES AUTRES DETERMINANTS SUR L'OFFRE DE FICTIONS .

Les stratégies des grands "networks" ont eu , semble-t-il , un impact considérable sur l'offre de fictions , en obligeant les producteurs à améliorer sans cesse la qualité de leurs produits , on peut penser toutefois que celles-ci ne représentaient qu'un des éléments de nature à expliquer la domination américaine dans ce domaine . D'autres éléments ont contribué également à améliorer la nature des fictions produites : les facteurs de base , les industries situées en amont et apparentées et la demande .

§ 3.1 : LE ROLE DES FACTEURS DE BASE .

Dans le secteur de la production audiovisuelle , l'influence des facteurs peut améliorer la qualité des programmes de plusieurs manières :

- en fonction de la nature du capital technique , de son importance et de sa localisation.
- en raison des caractéristiques géographiques d'un pays susceptibles de favoriser la couverture du territoire en équipements hertziens .
- par rapport à la dotation en infrastructures naturelles .
- par l'intermédiaire du mode de gestion de la main d'oeuvre et de la qualité des acteurs affectés au tournage des séries télévisées .

La nature du capital technique de l'industrie audiovisuelle américaine nous conduit à faire deux types de constatation :

- la localisation au sein d'une même zone d'activité de l'ensemble des industries nécessaires à la fabrication d'un programme .
- l'existence de studios de production totalement intégrés .

La localisation des activités de production d'images au sein d'une même zone paraît être un élément essentiel pour expliquer la domination américaine dans ce domaine , tant il est vrai qu'on ne retrouve pas de cas identiques dans les autres pays européens .

En effet , dès la fin de la Seconde Guerre Mondiale , les Etats-Unis possédaient la plupart de leurs grands studios de cinéma à Hollywood en Californie . Jusqu'à la veille

de la Première Guerre Mondiale , l'industrie cinématographique se concentrait pour une large part dans les quartiers New Yorkais de BROOKLYN et du BRONX , LEGRAND , (1992) . A partir de 1914 , on a eu l'idée de délocaliser progressivement la production vers des lieux plus cléments : la Californie qui bénéficiait d'un ensoleillement annuel très élevé semblait correspondre parfaitement à l'attente de la profession . Les studios hollywoodiens présentaient deux avantages , en regroupant d'abord en un même lieu toutes les innovations technologiques susceptibles d'améliorer considérablement la qualité des films comme celle des fictions . En permettant ensuite l'apparition d'une production audiovisuelle de masse de nature à diminuer fortement les coûts unitaires . Dans ces conditions , on peut estimer que la région de LOS ANGELES présentait toutes les caractéristiques d'un "district industriel" dès les années 30 . BENKO et LIPIETZ (1992) en donne la définition suivante qui s'applique parfaitement au cas hollywoodien :

- *" Le district industriel est une entité socio-territoriale caractérisée par la présence active d'une communauté de personnes et d'une population d'entreprises dans un espace géographique et historique donné . Dans le district , à l'inverse de ce qui se passe dans d'autres types d'environnements , comme par exemple les villes manufacturières , il tend à y avoir osmose parfaite entre communauté locale et entreprises" .*

Dans un ouvrage récent consacré à l'industrie hollywoodienne du cinéma , AUGROS (1996) insistait plus particulièrement sur l'intérêt pour les cinéastes de pouvoir faire appel à une multitude de sociétés gravitant autour de ce secteur . Les laboratoires , les concepteurs d'effets spéciaux , les loueurs de costumes , les magasins d'accessoires , les dresseurs d'animaux , les plateaux sons , les services de restaurations et les filmothèques sont autant d'intervenants aux différents stades de la production d'une fiction qui sont regroupés au sein d'une même zone . L'existence d'un "district industriel" à Hollywood présente de manière incontestable , un gain appréciable à tous les niveaux de l'organisation de la production en matière de temps et d'efficacité .

En matière de temps d'abord , en permettant la réduction des distances entre les parties prenantes dans la production d'un film , en matière d'efficacité ensuite , en favorisant le dialogue direct entre le producteur et le réalisateur et les prestataires techniques . Bien que l'on ne dispose pas de chiffres précis concernant la période antérieure à 1985 , on estime que la production audiovisuelle était concentrée pour une large part (entre 60 et 80 %) à Hollywood dans les années 90 . Cette fourchette assez large nous laisse penser qu'elle se situait déjà à un niveau identique dans les années 60 et 70 , en raison de l'obligation qui était faite aux "networks" de séparer leurs activités de diffusion de celle

de production . Cette séparation nette entre les tâches s'accompagnait simultanément d'un autre phénomène de concentration qui concernait cette fois-ci les "networks", ces derniers se regroupèrent tous à proximité des plus grandes banques américaines susceptibles d'assurer le financement de leurs activités , c'est à dire à New York .

Si l'on examine à présent les conditions nécessaires au décollage des activités audiovisuelles dans un pays , on ne peut passer sous silence l'importance de l'urbanisme dans la genèse du secteur audiovisuel . On peut estimer en effet que plus un territoire apparaît pourvu d'aléas géographiques (montagnes , îles isolées , conditions climatiques hostiles , etc) , plus il sera difficile de l'équiper en émetteurs hertziens sauf à supporter des coûts marginaux d'installation très élevés (cf chap 1) . Même si aujourd'hui , les évolutions technologiques notamment le satellite permettent aux téléspectateurs qui habitent dans les régions les plus hostiles de recevoir les programmes , il n'en demeure pas moins vrai qu'au milieu des années 70 , seul le mode hertzien permettait la diffusion des émissions aux Etats-Unis .

Dans ces conditions , il apparaît que le taux d'urbanisation constitue un bon indicateur des facilités d'équipement d'un pays en moyens de diffusion hertziens .

L'analyse du tableau 5 nous montre pourtant que les Etats-Unis disposait d'un taux d'urbanisation qui se situait à des niveaux inférieurs à la plupart des pays européens à la même époque . Il nous faut pourtant relativiser la faiblesse de ces chiffres compte-tenu de l'importance de la population américaine d'une part , de la forte densité qui existait dans certaines régions¹¹ d'autre part . En effet , on pouvait penser que les conditions de base qui prévalaient à une exploitation profitable du secteur aux Etats-Unis semblaient parfaitement réunies dès le début des années 50 , en raison du grand nombre de téléspectateurs potentiels enclins à être sensibles à la publicité .

Tableau numéro 5 : Le taux d'urbanisation aux Etats-Unis .

ANNEE	TAUX D'URBANISATION
1950	58 %
1960	61%
1970	64%
1980	70 %

Source : OCDE , "Urban Policies for the 1980s" , Paris 1983 .

Si l'on examine à présent la dotation en "infrastructures naturelles" des Etats-Unis, on peut estimer qu'il s'agit là d'un autre élément spécifique pouvant expliquer la

¹¹ C'est le cas notamment de la Mégapolis qui s'étendait de BOSTON à PHILADELPHIE dès la fin des années 40 , des concentrations urbaines autour de LOS ANGELES , DALLAS ou CHICAGO au début des années 70 .

compétitivité de ce pays dans la production d'un certain genre de fictions . L'existence de vastes étendues naturelles (canyons , marécages et autres bayous) ont eu une influence déterminante dans la fabrication des westerns et des films d'aventures . En effet , ces deux genres de fictions incorporaient beaucoup d' éléments "naturels" , le western en s'appuyant sur des massifs rocaillieux et autres déserts , le film d'aventure en utilisant le plus souvent des décors marins et une végétation luxuriante .

Les Etats-Unis en étant initialement mieux dotés en facteur "naturel" que chacun des pays européens , ont utilisé très tôt ce facteur que l'on pourrait qualifier par ailleurs de "spécifique".

Un auteur comme SAMUELSON (1971)¹² considère que dans une économie il existe deux types de facteurs de production , les uns sont spécifiques à certains secteurs, c'est à dire qu'il ne peuvent pas être utilisés en dehors du secteur qui leur est propre , alors que d'autres sont totalement mobiles entre les branches . Pour la production audiovisuelle , on peut penser que le capital technique et le facteur travail peuvent d'une manière générale servir à la production d'autres secteurs , les décors naturels sont par contre spécifiques à ce type de production . Selon la théorie , un pays aura tendance à se spécialiser dans la production qui requiert le plus de facteur spécifique .

Lorsque l'on examine les caractéristiques des premières fictions qui ont nécessité le recours au tournage en décors naturels aux Etats-Unis , on constate qu'il s'agissait surtout des westerns et des films d'aventure , ces derniers ayant occupé une place importante dans la programmation des "networks" à partir du milieu des années 50 jusqu'au milieu des années 60 .

L'étude de BROOKS et MARSH (1991) sur la programmation des "networks" depuis 1946 vient corroborer notre propos , elle montre de façon indéniable la place qu'ils ont accordé à la diffusion de ce genre de fictions , à un point tel que ces deux auteurs n'ont pas hésité à appeler la période qui avait commencé en 1955 pour s'achever aux alentours de 1965 : "l'ère des Westerns Adultes" . A la même époque , les fictions représentant le genre "aventure" se placèrent résolument en seconde position des genres diffusés , avec des séries emblématiques comme 77 SUNSET STRIP diffusée en 1958 , HAWAIIEN EYE , PETER GUNN , CHECKMATE and BURKE'S LAW .

Toutes ces séries avaient comme particularité d'être tournées dans des décors naturels , généralement grandioses comme la Californie et les Iles Hawaïi , elles préfigureront à leur manière les fictions des années 80 comme MAGNUM , l'HOMME QUI TOMBE A PIC ou AGENCE ACAPULCO .

Afin de mieux visualiser l'importance de ce genre de fictions dans la programmation des networks jusqu'au milieu des années 60 , il convient d'examiner le tableau numéro 6 .

¹² PA.SAMUELSON : "Ohlin was Right" , The Swedish Economic Journal , Décembre 1971 , p 365-84 .

Tableau numéro 6 : Nombre de westerns diffusés en "Prime Time" par les "networks" par saisons .

Saisons	Nombre de Westerns diffusés
1955-1956	9
1956-1957	11
1957-1958	20
1958-1959	31
1959-1960	30
1960-1961	26
1961-1962	16
1962-1963	13
1963-1964	8
1964-1965	7

Source : "The Complete Directory to Prime Time Network TV Shows 1946-Présent", BROOKS et MARCH , Page XVII , 1992 .

Bien que les chiffres ne nous renseignent pas directement sur la nature exacte de l'importance des westerns dans le volume global de diffusion , BROOKS et MARSH considèrent que ces derniers représentaient à eux seuls près de 70 % des fictions diffusées à la télé en 1960 . Si l'on ajoute à cela le genre "aventure" , on peut estimer que l'ensemble représentait environ 90 % des fictions diffusées au début de cette décennie , témoignant de manière indubitable de la place centrale prise par ces fictions au sein des "networks".

Le lecteur pourrait nous objecter que la différence de dotation en facteurs "naturels" n'est pas seulement l'apanage des Etats-Unis , que la plupart des pays européens disposent tout autant qu'eux d'infrastructures "naturelles" . La Sierra Nevada en Espagne , l'Ardèche en France pourraient tout aussi bien servir de contexte à la réalisation des westerns que le Colorado ou l'Arizona , de la même façon que les marécages de Camargue et les paysages Alpains pourraient servir de support aux fictions d'aventures . On doit admettre pourtant que la production de ce genre de programmes demeurait à l'état embryonnaire en Europe , tout au plus verra-t-on à la fin des années 60 le tournage de quelques "westerns spaghettis" en Espagne , et encore ne s'agit-il là que de films et non de séries télévisées .

Dans le même temps , on a pu constater que ce type de programme fit l'objet des premières transactions entre les Etats-Unis et l'Europe dès la fin des années 50 . L'ouvrage de JELOT-BLANC (1990) sur l'histoire des feuilletons diffusés sur les chaînes françaises , celui de VAHIMAGI (1994) sur les feuilletons britanniques nous

montrent qu'au sein de ces pays , les importations de westerns et autres fictions d'aventure représentaient environ 90 % du total des importations de fictions au milieu des années 60 .

Si l'on s'intéresse à présent au facteur humain qui rentre en ligne de compte dans la production de fictions , on peut estimer qu'en raison de l'existence d'un "district industriel" à Hollywood , celui-ci constitue un atout supplémentaire pour les Etats-Unis. L'étude des caractéristiques des premières fictions diffusées par les chaînes ne nous permet pas de mettre en avant une spécificité du facteur travail américain de nature à donner un avantage comparatif aux fictions . Sans doute pouvait-on admettre que les Etats-Unis puissent disposer d'une main d'oeuvre hautement qualifiée dans le domaine technique , mais dans le même temps , les principaux pays européens pouvaient en faire autant , ce qui ôtait ainsi toutes légitimités à certaines théories explicatives de l'échange international post-Hecksher-Ohlinienne¹³ dans le cas présent .

L'élément du facteur humain qui joue un rôle moteur dans la réussite du "système américain" , trouve sa source dans l'organisation et la gestion de la main d'oeuvre à tous les niveaux de la conception d'un programme . La présence d'un "district industriel" permet de rassembler l'ensemble des sociétés en même temps que les hommes au sein d'une même communauté . Parmi toute la kyrielle d'intervenants directs et indirects au sein d'Hollywood , il en existe deux qui influenceront sensiblement la production de fictions :

- les "agences de placement" .
- les cadres responsables de la production .

Les "agences de placements" , encore appelées ("Talent Agencies") représentent tous les personnels susceptibles à leur niveau de donner au film une touche particulière, BUZZELL , (1992) . Ainsi regroupe-t-on dans cette catégorie , les réalisateurs , les scénaristes , les décorateurs et surtout les acteurs . Jusqu'au milieu des années 50 , l'ensemble de ces catégories furent rattachées directement à un studio sous la forme d'un contrat à long terme , ce qui les obligeaient à ne travailler qu'avec lui .

Le "studio system" , ainsi dénommé , avait au moins le mérite de réduire les coûts de transaction entre la production et la main d'oeuvre , mais présentait comme inconvénient de cantonner certains acteurs et réalisateurs dans des productions pas forcément adaptées à leur personnalité . L'apparition d'un nouveau mode de gestion de la main d'oeuvre témoignait du souci d'introduire une plus grande flexibilité , car les différentes catégories pouvaient désormais négocier chaque contrat en faisant intervenir

¹³ D.KEESING : "Labor Skills and Comparative Advantage" , The American Economic Review , Mai 1966 , Page 249-58 .

leur agence . Si ce système pouvait entraîner une augmentation des coûts de transaction susceptible de se répercuter sur le budget d'un film , il garantissait en revanche une meilleure adéquation entre son contenu et les compétences de chacun des intervenants directs , les agences ayant effectivement intérêt à trouver les meilleurs films pour leurs clients , car elles empochaient au passage une commission d'environ 10 % sur le cachet total perçu par leurs "vedettes" . Bien que ce schéma s'appliquait initialement au cinéma , il apparaissait également dans le cadre audiovisuel , même si l'on pouvait estimer que les rémunérations perçues étaient dans ce cas moins importantes en même temps que le choix offert aux producteurs était plus étendu .

Concernant les cadres affectés à la production , on peut les regrouper en plusieurs sous-catégories :

- le producteur associé : il participe au film dans le cas d'une coproduction mais sans en assurer la responsabilité .
- le producteur délégué : il assure la responsabilité en cas de coproduction .
- le producteur exécutif : il assure au sein des "majors" , la supervision de plusieurs projets .
- le directeur de la production : il est le collaborateur du producteur exécutif en charge d'un projet (établissement du devis , préparation des contrats , obtention des autorisations administratives , suivi des dépenses , etc) .
- le régisseur général : il est le collaborateur du précédent (obtention des lieux de tournage , convocation des participants , hébergements) .

La combinaison d'importants moyens mis en oeuvre dans la production d'une fiction , l'obligation impérative de réaliser de forts taux d'audience lors des premiers passages sur les "networks" contraindront les responsables de la production à veiller à ce que le réalisateur et ses assistants respectent scrupuleusement le cahier des charges initial . Dans ces conditions , on peut estimer qu'aux Etats-Unis plus que dans n'importe quel autre pays , il existe une volonté constante d'abaisser les coûts de production en évitant ainsi les gaspillages .

§ 3.2 : L'INFLUENCE DES SECTEURS SITUES EN AMONT ET APPARENTES SUR LES PERFORMANCES DU SYSTEME "AMERICAIN ".

Dans le cadre de notre étude , nous nous intéresserons respectivement aux industries électroniques , informatiques et à celles qui ont un lien direct ou indirect avec le traitement de l'image , l'ensemble de ces industries présentent comme point commun de se situer en amont du secteur de la production audiovisuel . Par rapport aux

industries apparentées nous ne prendrons en considération qu'un seul secteur représentatif : le cinéma dans la mesure où il reste le seul à offrir des images "vivantes".

§ 3.2.1 : L'INFLUENCE DES SECTEURS SITUÉS EN AMONT .

Si l'on examine dans un premier temps les secteurs situés en amont de celui de la production audiovisuelle , on peut penser qu'ils ont exercé une influence non négligeable sur la qualité des fictions américaines . En effet , les Etats-Unis demeureraient particulièrement performants dans des secteurs comme l'industrie électronique , l'imagerie médicale et l'ensemble des activités spatiales et militaires .

Outre leur position de leader dans ces domaines depuis plusieurs décennies , les multiples innovations technologiques qui sont apparues dans ces secteurs ont souvent fait l'objet d'applications au secteur audiovisuel contribuant à améliorer sans cesse la qualité de l'image et du son , notamment pour les programmes de science-fiction .

Ces derniers présentaient en effet la particularité d'incorporer en leur sein toute une série d'effets spéciaux obtenus en faisant appel à l'industrie informatique . Leur importance dans ce genre de production constitue pour les Etats-Unis une source supplémentaire de compétitivité par rapport aux autres pays européens .

POSNER (1961)¹⁴ estime en effet que l' "écart technologique" entre les pays détermine en grande partie les échanges internationaux . L'avantage technologique d'un pays dans un secteur quelconque permettra la découverte de nouveaux processus , conférant de ce fait un nouvel avantage comparatif au pays innovateur qui fabriquera ainsi de nouveaux produits , établissant alors un monopole temporaire dans sa production et ses exportations .

En transposant ce concept aux séries de sciences-fictions , on peut penser que les Etats-Unis grâce à leurs technologies performantes produiront des séries incorporant beaucoup d'effets spéciaux , celles-ci seront ensuite exportées vers les pays européens , ces derniers finiront par copier cette technologie en produisant à leur tour ce genre de programmes . De leur côté , profitant de l'avance technologique dont ils disposaient au préalable , les Etats-Unis se mettront alors à produire de nouvelles séries qui utiliseront des procédés beaucoup plus sophistiqués les conduisant à maintenir ainsi leur avantage initial . Certains pourraient nous objecter que les performances des industries électroniques en Europe sont de nature à contrecarrer de manière efficace le savoir-faire américain , soit parce que les européens auront trouvé des procédés à peu près semblables , soit parce qu'ils auront fini par copier le procédé américain initial .

¹⁴ M.POSNER : "International Trade and Technical Change" , Oxford Economic Papers , Octobre 1961 , p 323-341 .

Cependant , lorsque l'on examine la production de sciences-fictions , on constate que les Etats-Unis ont une fois encore joué dès le début des années 60 , un rôle moteur dans ce domaine en étant les premiers à diffuser ce type d'émission sur les écrans de télévision .

L'ouvrage de JULIEN (1987) portant sur les séries diffusées en France depuis 1948 , vient parfaitement compléter les travaux entrepris sur ce sujet par BROOKS , MARCH, JELOT-BLANC et VAHIMAGI (cf infra) dans la mesure où il consacre un chapitre entier aux séries de science-fiction . A cette occasion , il nous montre que dès le début des années 60 , les "networks" ont commencé la diffusion de ce genre de programme à raison d'une à deux séries par ans , avant de les exporter quelques années après vers l'Europe . Même si par rapport aux westerns , ces séries ne représentaient qu'une quantité négligeable dans la grille des programmes des chaînes , elles ont symbolisé parfaitement la puissance incarnée par les Etats-Unis dans ce domaine . Dans ces conditions , les exportations vers l'Europe même si elles semblaient minimales témoignaient d'un avantage concurrentiel très net dans ce genre de production .

On peut citer en respectant un ordre chronologique les différentes séries ayant le mieux symbolisé la supériorité américaine dans ce domaine :

- THE TWILIGHT ZONE (La quatrième dimension) : 1959-1964 .
- THE OUTER LIMITS (Au delà du Réel) : 1963-1965 .
- AU COEUR DU TEMPS : 1966-1967 .
- STAR TREK : 1966-1969 .
- LES ENVAHISSEURS : 1967-1968 .

§ 3.2.2 : L'INFLUENCE DU SECTEUR APPARENTE A LA TELEVISION .

Etudier l'influence qu'exerce l'industrie cinématographique sur le secteur audiovisuel implique de porter notre analyse à deux niveaux différents :

- l'existence d' "économie d'envergure" (Economies of Scopes) .
- le caractère substituable ou complémentaire du cinéma .

En fonction de la définition que l'on a donné des "économies d'envergure" et des paramètres que l'on a précédemment évoqué sur la concentration de l'industrie cinématographique et audiovisuelle au sein d'une même zone , Hollywood en l'occurrence , on peut penser que la situation américaine reflète parfaitement la présence de telles "économies" . En effet , on sait que les studios de cinéma ont nécessité la mobilisation de moyens importants en matériels de constructions et en moyens de

tournage dès 1914 . La mobilisation de ces moyens a entraîné tout au long des décennies suivantes d'énormes coûts fixes qui compte-tenu de la spécificité des installations s'apparentaient en fait à des coûts irrécupérables . Dans ces conditions , l'apparition de la télévision a constitué une aubaine pour les maisons de production d'autant plus que les "networks" ne pouvaient dans la plupart des cas produire et diffuser en même temps leurs programmes . La parfaite substitution qui existe entre une fiction télévisée et un film a permis à la première de pouvoir bénéficier des techniques employées pour la fabrication du deuxième , en même temps qu'elle impliquait l'utilisation de la même main d'oeuvre . En outre , l'existence d'une grande flexibilité dans l'agencement des plateaux de tournage occasionnait une adaptation à un coût marginal qui apparaissait négligeable tout en permettant une souplesse dans les tournages , capables ainsi de satisfaire les commandes des chaînes à des prix acceptables .

Si l'on examine à présent les relations plus larges qui peuvent exister entre le cinéma et la télévision , on doit faire au préalable un certain nombre de remarques par rapport à leur complémentarité ou à leur substituabilité :

- la complémentarité ou la substituabilité peuvent se matérialiser d'abord en fonction de l'audience respective des chaînes et des sorties au cinéma , en comparant l'augmentation du nombre de téléspectateurs potentiels par rapport à celui de la fréquentation en salle .
- elle peut également se concevoir sous la forme d'un abandon ou d'une consolidation de la production cinématographique , en comparant dans un premier temps le nombre de téléspectateurs potentiels au nombre de films produits d'une part , en observant dans un deuxième temps la proportion de films nationaux par rapport au nombre de films diffusés en salle .

Tableau numéro 7 : Quelques indicateurs de base sur le cinéma et la télévision américaine (1955-1986) .

INDICATEURS	1955	1975	1986
FREQUENTATION PAR HABITANT	15 , 27	4 , 82	4 , 2
% DE LA RECETTE REALISEE PAR LES FILMS NATIONAUX .	94	94	95
NOMBRES DE FILMS PRODUITS	269	449	515
NOMBRES DE FOYERS AYANT LA TV (EN MILLIONS) .	23	64	95

Source : " La vingt-cinquième Image , une économie de l'Audiovisuel" , R.BONNELL, Edition Le Monde Actuel , 1989 et "World Almanach 1996".

Le tableau 7 laisse apparaître une certaine forme de complémentarité entre l'industrie cinématographique et la télévision aux Etats-Unis . En effet , il ne semble pas qu'il se soit produit chez les téléspectateurs américains de substitution brutale entre le cinéma et la télévision , car si l'on a pu enregistrer une chute des fréquentations depuis 1955 , celle-ci demeure relativement stable sur le long terme . Dans le même temps , on constate que les Etats-Unis disposent d'une industrie cinématographique relativement performante , d'abord parce que l'essentiel des recettes en salles découle des films américains , ensuite , parce que le nombre de films produits y apparaît très important .

Le cinéma américain , en s'appuyant sur un grand marché intérieur assure sans trop de problème sa rentabilité , lui permettant par la même occasion d'être très compétitif au niveau mondial en inondant les salles obscures de la plupart des pays du Globe , GUBACK , (1974) . Il peut ainsi véhiculer un certain nombre de valeurs emblématiques de la société américaine : l'argent , la puissance et très souvent , le rêve , tant et si bien qu'il finit par conditionner l'esprit des spectateurs étrangers , ces derniers semblent ainsi mieux disposés à recevoir le même genre d'images sur leur écran de télévision . A l'inverse de la situation qui existait au sein des pays européens , l'industrie cinématographique des Etats-Unis conditionnait en grande partie les performances de la production audiovisuelle en provoquant une sorte d' "effet d'entraînement" dans les autres pays contribuant ainsi à favoriser les importations de fictions d'origine américaine .

§ 3.3 : LE ROLE DE LA DEMANDE AU SEIN DU SYSTEME "AMERICAIN".

Le rôle de la demande au sein du système américain peut se concevoir en fonction de deux paramètres :

- la taille du marché intérieur .
- la capacité des chaînes à prendre en compte la demande des téléspectateurs .

§ 3.3.1 : LA TAILLE DU MARCHE INTERIEUR AMERICAIN .

Afin de mieux comprendre les raisons de la croissance rapide du secteur audiovisuel aux Etats-Unis , il nous faut examiner la situation économique qui prévalait dans ce pays à la fin de la Seconde Guerre Mondiale . Contrairement à l'ensemble des pays européens , les Etats-Unis bénéficiaient dès la fin des années 50 de conditions économiques très favorables . En effet , ces derniers n'avaient pas été affectés directement par les destructions massives occasionnées par la guerre , si bien que le

problème de la reconstruction des infrastructures ne se posait aucunement . En outre , la conjoncture politique semblait très favorable dans la mesure où les Etats-Unis venaient juste d'achever une guerre pour en recommencer une autre : le conflit de Corée qui commencera en 1950 et durera quatre ans mobilisera en effet l'ensemble des forces vives de la Nation . L'emploi de millions d'individus dans les usines d'armements conduira les Etats-Unis vers un niveau d'activité proche du plein emploi , participant ainsi à l'augmentation du pouvoir d'achat de la population .

C'est durant cette période que le parc de téléviseurs connaîtra une croissance exponentielle sans commune mesure avec la situation des autres pays occidentaux .

Tableau numéro 8 : Pénétration de la télévision aux Etats-Unis (1950-1961) .

ANNEE	PARC DE TELEVISEURS (En milliers)	NOMBRES D'HABITANTS PAR POSTE .
1950	3900	38 , 0
1953	23900	6 , 9
1958	50250	3 , 5
1961	57000	3 , 1

Source : " La vingt-cinquième image , une économie de l'Audiovisuel" R.BONNELL , page 288 .

Le tableau 8 nous montre que les Etats-Unis vont connaître une croissance très rapide de leur parc de téléviseurs , croissance sans commune mesure avec celle de la plupart des pays européens à l'exception du Royaume-Uni pour la même période . Le développement rapide d'un marché intérieur de grande dimension aura deux conséquences essentielles :

- la possibilité offerte aux "networks" de parvenir à une exploitation rentable du secteur dès le début des années 60 .
- l'existence de nouveaux débouchés pour les producteurs de fictions .

Avec un parc de téléviseurs qui croîtra de manière exponentielle durant les années 50 , les Etats-Unis réuniront dès le départ les conditions nécessaires à une exploitation profitable du secteur audiovisuel . Les annonceurs publicitaires qui seront en quelque sorte les véritables acheteurs des programmes trouveront dans ce nouveau média l'opportunité d'atteindre simultanément une grande masse de consommateurs potentiels et n'hésiteront pas à y investir des moyens importants . Dans ces conditions , les

"networks" en diffusant leurs programmes permettront du même coup aux producteurs de couvrir totalement leurs coûts et cela jusqu'au milieu des années 80 .

On comprend mieux pourquoi les caractéristiques du marché américain rendaient presque inutile l'intervention de l'Etat dans l'exploitation du secteur vers la fin des années 40 , à l'inverse des pays européens où il paraissait exclu d'envisager la survie d'une chaîne commerciale dans un secteur audiovisuel qui demeurerait à un stade embryonnaire . De cette manière , on peut expliquer pourquoi l'industrie américaine de fictions a pu croître sans l'aide de mécanismes de soutiens financiers et autres subventions étatiques , des aides décriées depuis toujours par les Etats-Unis et par ailleurs largement répandues en Europe .

Une comparaison avec les principaux pays capitalistes développés au milieu des années 80 nous montre l'importance du marché intérieur américain par rapport à sa taille , mais aussi par rapport au montant des dépenses publicitaires affectées au secteur audiovisuel .

Tableau numéro 9 : Taille du marché intérieur en 1985 et montant des recettes publicitaires du secteur audiovisuel (en \$ US) dans les principaux pays occidentaux .

PAYS	FOYERS Millions)	EQUIPES (En	DEPENSES DE PUBLICITE A LA TELEVISION (En Millions de Dollars) .
USA	95		21022 , 0
RFA	22		496 , 0
ROYAUME-UNI	19		1760 , 0
FRANCE	19		514 , 9
ITALIE	15		1014 , 5
ESPAGNE	10		438 , 7

Sources : Financial Times , Média Monitor pour la taille , EAT : "international advertising expenditure" pour la publicité , Décembre 1989 .

Le tableau 9 laisse entrevoir un marché américain aussi vaste que celui des cinq plus grand pays européens si l'on prend en considération la taille ; cette grande dimension pourrait ne pas apparaître significative si dans le même temps l'on observait un cloisonnement du marché audiovisuel entre chaque Etat fédéral . La réalité nous montre au contraire un marché particulièrement fluide à l'inverse de celui des pays européens où les fictions produites restaient compartimentées à l'intérieur de leurs frontières .

Les Etats-Unis disposaient par ailleurs d'un atout supplémentaire que n'avaient pas les autres pays : l'existence d'un second marché qui concernait directement l'approvisionnement en fictions des chaînes indépendantes , non affiliées par ailleurs à l'un des trois grands réseaux . Ce second marché que l'on appelait plus communément le marché de la "syndication"¹⁵ , impliquait de la part des producteurs la revente à des prix dérisoires de certaines fictions ayant déjà fait l'objet d'une diffusion sur l'une des grandes chaînes . De cette manière , les producteurs ayant amorti au préalable leurs programmes pouvaient bénéficier d'un complément de recettes non négligeable leur permettant d'améliorer encore leur rentabilité .

Dans ces conditions , il n'était alors pas étonnant dans un système audiovisuel presque entièrement tourné vers le secteur privé de constater l'ampleur de l'écart entre les dépenses publicitaires affectées aux chaînes américaines et européennes . L'Amérique à elle seule recueillait cinq fois plus de recettes publicitaires que les cinq plus grands pays européens réunis ! .

§ 3.3.2 : LES MODALITES DE LA PRISE EN COMPTE DE LA DEMANDE DES TELESPECTATEURS PAR LES NETWORKS .

D'une manière générale , les préférences des consommateurs pour un bien quelconque s'expriment à travers une fonction de demande qui dépend toujours des mêmes paramètres (prix du bien , prix des autres biens , goûts , etc) . Pour un programme audiovisuel , la situation apparaît sensiblement différente dans la mesure où le téléspectateur ne paye pas véritablement les programmes qui lui sont proposés , la redevance comme l'abonnement ne représentent en fait que la contrepartie d'un service qui lui est fourni de manière globale .

Dans ces conditions , comment une télévision est-elle susceptible de connaître avec exactitude les préférences des téléspectateurs en l'absence d'un mécanisme de prix ? . On peut répondre à cette question en prenant en compte le taux d'écoute qui s'apparente d'une certaine manière à un vote de la part des téléspectateurs . Dans quelle mesure cet indicateur nous permet-il de prendre en compte les préférences individuelles ? .

Si l'on se réfère aux travaux de KOPP (1990)¹⁶ dans ce domaine , celui-ci affirmait la chose suivante :

- " Le taux d'écoute ne peut pas être confondu avec un indice de satisfaction . Un programme de télévision n'est offert qu'à un moment donné . L'audience de la

¹⁵ J.VACCARO , W.KASSAYE : "TV Syndication : A Managérial Perspective" , Journal of Média Planning , Spring 1990 , pp 20-26 .

¹⁶ P.KOPP : "Télévisions en concurrence" , Collection "Culture et Communication" , Edition Anthropos , page 32, 1990 .

télévision est le produit de l'arbitrage opéré par chaque individu téléspectateur dans l'affectation de son temps disponible et non pas le reflet de ses goûts intemporels , en dehors de toute contrainte". Il semble donc impossible d'utiliser un aspect quantitatif mesurant différentes facettes de l'activité télévisuelle comme un indicateur de la préférence des individus "

L'auteur ne partage qu'en partie cette analyse qui est faite du taux d'écoute , car il ne prend en compte que son caractère absolu , c'est à dire , le nombre total de téléspectateurs qui regardent un programme à un moment donné . Dans ces conditions , il apparaît évident que le taux d'écoute variera considérablement en fonction de l'heure de diffusion , très faible la nuit , faible la journée et très fort à partir de 18 heures ou 19 heures jusqu'à 22 heures , période qui correspond au "Prime Time" . Nous estimons au contraire qu'il faut raisonner en terme relatif , c'est à dire considérer le taux d'écoute d'un programme par rapport à un autre à un instant donné . De cette façon on peut considérer que le programme ayant réalisé le plus fort taux d'écoute est celui qui est préféré par les téléspectateurs , qui par l'intermédiaire de ce mécanisme expriment une préférence assimilable en fait à un vote .

Bien avant que la dictature de l' "Audimat" ne s'impose aux chaînes européennes , les chaînes américaines s'étaient appuyées sur les enquêtes effectuées par les instituts de sondage pour adapter leur programmation au goût des téléspectateurs . De cette façon , tous les programmes qui n'atteignaient pas un seuil d'audience minimum lors des premières diffusions étaient irrémédiablement retirés de la grille des programmes au bout de quelques semaines .

Dans ces conditions , si l'on considère que les préférences individuelles sont parfaitement prises en compte par les "networks" , alors les téléspectateurs américains devraient passer plus de temps devant leurs postes provoquant par la même occasion une augmentation de la durée moyenne d'écoute individuelle . On pourrait nous objecter que ce chiffre ne prouve pas nécessairement que les téléspectateurs apprécient le programme qu'ils regardent , car allumer la télévision devient à la longue un geste machinal et correspond alors à un réflexe conditionné comme se laver ou manger . On peut considérer pourtant cet indicateur comme relativement fiable , dans la mesure où le téléspectateur effectue nécessairement un arbitrage entre plusieurs services de loisirs : regarder la télé , écouter la radio , aller au cinéma ou encore partir en promenade .

Ainsi , s'il choisit de regarder la télévision alors qu'il pourrait faire autre chose , implique nécessairement qu'il apprécie particulièrement les programmes offerts . En outre , on constate que la durée moyenne d'écoute augmente régulièrement sur une longue période , alors que dans le même temps on peut admettre que le consommateur américain a pu bénéficier d'un plus large choix de services de loisirs .

Tableau numéro 10 : Durée Moyenne d'Ecoute Individuelle en Minutes par Jour aux Etats-Unis .

ANNEE	Durée Moyenne d'Ecoute individuelle en Minutes par jour .
1950	137
1955	145
1960	152
1965	163
1970	177
1975	195
1980	205
1985	215

Source : AC Nielsen (N.T.I) , Télévision Bureau of Advertising ; 1987 .

Le tableau 10 nous montre une évolution constante de la durée moyenne d'écoute individuelle aux Etats-Unis entre 1950 et 1985 . On peut effectuer une comparaison avec les principaux pays européens en prenant comme référence l'année 1984¹⁷ , les téléspectateurs anglais semblaient les plus assidus avec une durée moyenne de 220 minutes , les espagnols ne passaient que 170 minutes devant leur écran , les italiens 160 minutes , les français 154 minutes et les allemands 145 minutes . Des chiffres qui situaient la durée d'écoute en Europe (le Royaume-Uni excepté) à des niveaux semblables à ceux observés aux Etats-Unis au milieu des années 60 .

Dans ces conditions , les annonceurs publicitaires pouvaient capter ainsi une plus large audience en permettant par la même occasion aux "networks" de faire plus de profits .

Pour clore ce chapitre , on peut s'interroger sur la nature de l'élément moteur qui procurait un avantage concurrentiel aux Etats-Unis dès le milieu des années 60 au niveau de la production de fictions . S'agissait-il du coût relativement bas des programmes ou plutôt son aspect "immatériel" , c'est-à-dire son contenu ? .

Si le coût peu onéreux des programmes constituait sans doute un réel avantage par rapport aux autres pays , on peut penser qu'il ne fut pourtant pas le facteur principal qui contribua à l'hégémonie américaine . En effet , des pays comme la Chine , La Russie ou L'Inde qui possédaient également un marché intérieur de grande dimension et une

¹⁷ A.LE DIBERDER , N.COSTE-CERDAN : "La télévision" , page 35 , Collections Repères , Editions La Découverte , 1986 .

industrie audiovisuelle relativement développée disposaient par ailleurs d'un poids négligeable dans les échanges internationaux de fictions . Il semblerait en fait que c'est d'abord le caractère "immatériel" qui expliquerait ainsi leur avantage dans ce domaine , de la même façon que l'Europe subissait l'influence des Etats-Unis dans des domaines aussi variés que la politique , la cuisine et les habitudes vestimentaires , elle la subissait également dans la fourniture d'images , forme sophistiquée de la communication et vecteur incontestable des valeurs d'une société moderne .

Dans le même temps , on pouvait penser que les Etats-Unis semblaient capables dès le milieu des années 60 d'exploiter chaque déterminant du schéma "portérien" en laissant au second plan le rôle de l'Etat dans un secteur audiovisuel entièrement voué aux intérêts privés et s'assurer par la même occasion une écrasante domination au niveau de l'offre de fictions . Face à cette situation , quels étaient les points forts des deux grands systèmes audiovisuels européens pour résister à la domination américaine ? .

CHAPITRE 3 : UNE ANALYSE COMPARATIVE DES SYSTEMES AUDIOVISUELS EN EUROPE .

Depuis 1944 , le secteur audiovisuel en Europe fonctionnait selon deux modes d'organisation , d'un côté , un "système" que l'on qualifiera d' "anglais" parce qu'on le rencontrait surtout au Royaume-Uni¹ , de l'autre , un "système" que l'on désigne aujourd'hui sous le vocable de "français", parce qu'il est apparu initialement en France , mais qui s'appliquait en fait à l'ensemble des Etats de la CEE .

La différence essentielle entre ces deux modes d'organisation résidait dans la coexistence au sein du système "anglais" entre des chaînes publiques et des chaînes privées , alors que dans le même temps , le système "français" n'accordait l'autorisation de diffusion qu'aux chaînes placées directement sous le contrôle de l'Etat .

L'existence d'un dualisme au niveau du fonctionnement de chaque système européen laissait entrevoir dans le même temps une rupture à la fois avec l'organisation du système "américain" , mais également entre les petits et les grands pays qui composaient le système "français" .

L'objet de ce chapitre est triple , il consiste à analyser respectivement les caractéristiques de chaque système en Europe en commençant par le système "anglais" qui se rapproche le plus du système "américain" , en poursuivant par le système "français" en prenant soin de séparer les grands pays comme la France des petits pays comme la Belgique ou les Pays-Bas .

Il convient de rappeler au lecteur , que notre champ d'étude se limite essentiellement à la France et au Royaume-Uni bien qu'il englobe plus généralement les autres pays de la Communauté . Dans ces conditions , la plupart de nos exemples se référeront en priorité à ces pays , alors même qu'ici et là pourront apparaître des éléments retraçant la situation du secteur audiovisuel dans d'autres Etats .

SECTION 1 : LE SYSTEME AUDIOVISUEL "ANGLAIS ".

Choisir d'étudier d'abord les caractéristiques du système audiovisuel "anglais" peut s'expliquer par le fait que ce dernier jusqu'au milieu des années 80 , servait de modèle de référence à l'ensemble des autres pays européens . Comme nous l'avions souligné précédemment , le Royaume-Uni ne fut pas le seul pays à avoir opté pour ce mode de fonctionnement partageant ce privilège avec la Finlande , cependant comme il demeurerait l'exemple le plus emblématique , nous choisirons dans les paragraphes suivants de ne pas prendre en compte le cas finlandais .

¹ La Finlande avait choisi d'opter pour cette forme d'organisation en 1957 , lorsqu'elle décida la création du réseau privé YLE qui allait concurrencer ainsi les chaînes publiques TV1 et TV2 .

§ 1.1 : LE ROLE DE L'ETAT AU SEIN DU SYSTEME "ANGLAIS" .

Berceau du libéralisme économique , le Royaume-Uni apparaissait également comme un précurseur en matière d'organisation du secteur audiovisuel car dès 1954 , son gouvernement avait autorisé la création d'un réseau privé ITV dont le fonctionnement reposait en totalité sur un financement publicitaire . La coexistence entre un secteur public et un secteur privé nous ferait presque oublier qu'à l'origine , c'est une situation de monopole qui prévalait à l'instar de celle de la France et des autres pays européens .

C'est en 1926 que fut créée officiellement la BBC (British Broadcasting Corporation) par une charte royale , cette dernière lui conférait tous les pouvoirs nécessaires pour remplir sa mission de Radiodiffusion dans l'intérêt général , GARNHAM , (1980) . Dans le même temps , elle comportait également une autorisation technique d'utiliser les ondes hertziennes pour la transmission radio . En 1936 , l'application de cette charte royale s'étendait à la télévision pour devenir définitive en 1946 . Même si depuis elle a fait l'objet de certains aménagements , elle garde de nos jours toute sa substance .

Pour sa part , la création du réseau ITV en 1954 découlait directement des débats qui avaient eu lieu à la fin des années 40 sur l'opportunité d'ouvrir le secteur audiovisuel à la concurrence . A l'origine , ce sont les milieux industriels et financiers qui face à la société d'abondance du début des années 50 , commencèrent à songer aux immenses profits qui pourraient être tirés de la télévision commerciale . Progressivement , ce furent les politiciens qui prirent le relais en exprimant le souhait de voir la création de plusieurs chaînes commerciales , les travaillistes étant résolument contre , les libéraux entièrement pour , de même que les conservateurs qui furent les premiers sous la houlette de LOYD² à plaider pour l'introduction de la concurrence au sein du secteur audiovisuel . Le retour au pouvoir des conservateurs en 1951 conduira trois ans plus tard à l'apparition de la première chaîne commerciale en Europe .

Le rôle de l'Etat au sein du système "anglais" en tant qu'organe supérieur de contrôle s'exprimait en fonction de trois paramètres :

- la mise en place d'instances de régulation indépendantes du Pouvoir Politique .
- la désignation d'une personnalité qualifiée chargé d'une mission d'étude préalablement à chaque réforme du système audiovisuel .
- la fixation d'un cahier des charges peu contraignant concernant les obligations en matière de production de fictions .

² S.LOYD critiqua fortement le rapport BEVERIDGE datant de 1949 , ce rapport s'interrogeait sur l'avenir du secteur audiovisuel en concluant fortement à l'inopportunité d'introduire un secteur commercial au Royaume-Uni . Il faut rappeler également que W.BEVERIDGE était à l'époque , l'un des maîtres à penser du parti travailliste .

§ 1.1.1 : LA MISE EN PLACE D'INSTANCES DE REGULATION INDEPENDANTES DU POUVOIR POLITIQUE.

Alors que l'on reprochait dès le milieu des années 50 aux pays d'Europe qui avaient opté pour le monopole d'utiliser la télévision à des fins de propagande , il semblerait que le Royaume-Uni ait échappé totalement à ces critiques en accompagnant la création de chaînes publiques et privées de la mise en place d'instances de régulation indépendantes . En effet , le "Board of Governors"³ pour la BBC et l'IBA (Independent Broadcasting Authority) pour le réseau ITV exerçaient toutes les deux une mission de contrôle sur la partie du secteur audiovisuel dont elles avaient la charge .

Le "Board of Governors" se composait depuis 1926 de douze gouverneurs dont le président et le vice-président , ils étaient nommés pour 5 ans maximum en vertu de la Charte de la Couronne , mais c'est en fait le Post Master Général⁴ relayé en cela par le Ministre de l'Intérieur qui procédait à ces nominations . Celles-ci concernaient en général des personnalités indépendantes ayant une certaine expérience des affaires publiques .

L'IBA créée en 1981 par le "Broadcasting Act" , exerçait une fonction de régulation sur les sociétés concessionnaires privées de ITV , les douze membres étaient nommés par le Ministre de l'Intérieur pour une durée de 5 ans également . En outre , l'IBA assurait également l'entretien et l'exploitation du réseau hertzien , effectuait les recherches sur les nouvelles technologies et attribuait les fréquences aux stations régionales qui retransmettraient les programmes du réseau ITV .

Cette volonté implicite du gouvernement anglais de prendre ses distances avec l'univers télévisuel s'est fait surtout sentir au niveau de l'information télévisée , celle-ci faisait l'objet dans les autres pays européens d'un contrôle étroit de la part des hommes politiques au Pouvoir .

Au Royaume-Uni , les journalistes de la BBC comme ceux de ITV ont à l'inverse pu exercer leur métier en toute indépendance , conduisant ainsi à renforcer la réputation de sérieux qui caractérisait déjà le système "anglais" dans d'autres domaines comme la production de documentaires . Même si le début des années 80 a vu une remise en cause de l'indépendance des journalistes , notamment à propos des événements d'Irlande du Nord et lors de la Guerre des Malouines⁵, l'objectivité qui continue à caractériser les

³ J.ROBBINS : "La nouvelle charte royale et la nouvelle licence d'exploitation de la BBC" , Revue UER , juillet 1964 , p 36 .

⁴ Le Post Master Général représente un peu l'équivalent de notre ministre des PTT en France , il est détenteur d'un pouvoir de contrôle sur les télécommunications depuis 1963 .

⁵ Le début des années 80 correspond en fait au retour au pouvoir des conservateurs avec la nomination de Margaret THATCHER au poste de Premier Ministre , cette dernière s'est souvent plainte de la manière dont les journalistes relataient sa politique , notamment sur BBC 1 et BBC 2 .

journaux télévisés anglais constitue pour longtemps encore l'un des atouts majeurs du Royaume-Uni .

§ 1.1.2 : LA DESIGNATION D'UNE PERSONNALITE QUALIFIEE PREALABLEMENT A CHAQUE REFORME DU SYSTEME AUDIOVISUEL.

L'un des facteurs qui assure la primauté du système "anglais" sur l'autre "système" européen tient au fait que les réformes , ayant affecté le fonctionnement du secteur , ont toujours été précédées de débats contradictoires , ces derniers étant liés à la mise en place de commissions consultatives chargées de réfléchir sur la nature des changements à mettre en oeuvre , COLLINS , GARNHAM , LOCKSLEY , (1988) .

C'est ainsi que le rapport BEVERIDGE en 1949 conduisit quelques années plus tard à la création de ITV , sans auparavant susciter de nombreuses controverses sur l'opportunité d'un tel projet . De la même façon , on pourrait citer les contributions de la Commission PILKINGTON en 1962 qui conduisit à la création de BBC 2 , ceux de la Commission ANNAN en 1977 à l'origine de la création de CHANNEL FOUR , et enfin les conclusions de la Commission d'enquête présidée par Lord HUNT en 1983 aboutissant à la réglementation de la diffusion par câble .

L'avantage d'utiliser une telle méthode impliqua une transformation en douceur du système "anglais" ; en effet , les discussions préalables à chaque réforme qui résultaient de ces différents travaux avaient permis de dégager un large consensus sur les modalités de sa mise en oeuvre , évitant par la même occasion l'apparition d'effets "pervers" .

§ 1.1.3 : LA MISE EN PLACE D'UN CAHIER DES CHARGES PEU CONTRAIGNANT.

Un autre aspect qui caractérisait tout à fait le fonctionnement du système "anglais" reposait sur la fixation de normes peu contraignantes concernant la production de fictions . Si l'on examine simultanément les règles qui s'appliquaient à la production , à la programmation et aux contenus des programmes , on peut constater qu'elles privilégiaient beaucoup plus l'aspect qualitatif que quantitatif , BALLE (1990).

Au niveau de la production , les chaînes devaient s'efforcer , chaque fois que cela semblait possible , de promouvoir les centres de production locaux et régionaux avec comme but le développement de l' "identité culturelle" , c'était le cas principalement de l'Ecosse et du Pays de Galles .

En matière de programmation , elles avaient l'obligation de respecter un quota régional , elles devaient en outre s'efforcer d'informer , d'éduquer et de distraire . Les règles qui s'appliquaient au contenu des programmes , même si elles apparaissaient

plutôt rigides de prime abord , constituaient en fait une opportunité pour les chaînes anglaises dans la mesure où elles les obligeaient à diffuser des programmes susceptibles d'être regardés en famille , respectant en cela le modèle du "Family Viewing Policy". Ce principe interdisait aux chaînes la programmation d'émissions qui dérogeraient au bon goût et à la décence , bannissant ainsi la représentation de la violence et du sexe en repoussant la diffusion de tels programmes en dehors des limites du "Prime Time".

Ces contraintes avaient eu un effet positif sur la production en donnant aux programmes , notamment aux fictions , un caractère véritablement convivial⁶ susceptible d'engendrer une forte audience en favorisant à la fois la rentabilité des chaînes et en facilitant les exportations vers les pays tiers . L'existence d'une certaine forme de puritanisme qui prévaut encore aujourd'hui au Royaume-Uni a sans doute constitué un avantage dans la mesure où les fictions ont pu être exporté vers certains pays , par exemple , les pays arabes , pour qui la représentation d'images choquantes étaient proscrites .

Lorsque les deux instances de régulation décideront ultérieurement de mettre en place des quotas destinés à encourager la diffusion de fictions européennes , les chaînes anglaises qu'elles soient publiques ou privées n'auront aucun mal à les respecter dans la mesure où elles avaient déjà fait un effort substantiel dans la production de fictions nationales de qualité .

§ 1.2 : LA STRATEGIE DES CHAINES AU SEIN DU SYSTEME "ANGLAIS".

Parmi toutes les décisions prises par le gouvernement anglais qui ont affecté le fonctionnement de son système , l'une des plus importantes fut celle qui autorisa la création du réseau ITV en 1954 , permettant ainsi de mettre en concurrence les chaînes publiques et privées . Cette coexistence entre des chaînes aux statuts juridiques radicalement différents allait en fait constituer l'un des atouts majeurs de ce système jusqu'au milieu des années 80 en les contraignant à adopter chacune l'une des deux grandes stratégies portériennes :

- la stratégie de domination par les coûts .
- la stratégie de différenciation .

Cette structure de marché de type oligopolistique contrastait pourtant singulièrement avec la situation américaine dans la mesure où les chaînes anglaises ne disposaient pas des mêmes sources de financement . Aux Etats-Unis , le financement du

⁶ On pourrait ajouter également l'adjectif "familial" puisque la règle principale qui s'appliquait aux contenus des programmes obligeait les chaînes à ne diffuser que des programmes familiaux entre 19 h 30 et 21 heures .

"système" ne reposait que sur la perception des recettes publicitaires , alors que dans le même temps , le système "anglais" s'appuyait à la fois sur la publicité et la perception de la redevance .

Sans toutefois détailler les modalités d'application des stratégies pour chacune des chaînes sur lesquelles nous reviendrons dans un chapitre ultérieur , on peut résumer à l'aide d'un tableau l'attitude des chaînes en fonction de la nature de leurs ressources . Dans le cas présent , il convient de préciser que le système "anglais" à l'inverse de l'autre système européen se caractérisait par une stricte séparation des ressources affectées à chaque type de chaîne : la redevance pour les chaînes publiques et la publicité pour les chaînes privées . Dans le même temps , il nous faut souligner également l'absence jusqu'au début des années 80 des chaînes à péage et des chaînes qui fonctionnent selon le principe du "Pay per view" , celles-ci n'apparaîtront véritablement qu'au milieu de la décennie 80 . L'intégration de ces deux types de chaînes dans ce tableau nous semble toutefois intéressant dans la mesure où elle préfigure la structure définitive du système "anglais" au début des années 90 .

Tableau numéro 11 : Comportement dominant des chaînes en fonction de la nature de leurs ressources .

TYPE DE CHAINES	NATURE DES RESSOURCES	COMPORTEMENT DOMINANT
CHAINES COMMERCIALES	RECETTES PUBLICITAIRES	MAXIMISER L'ECART ENTRE LES RECETTES PUBLICITAIRES ET LE COUT DES PROGRAMMES.
CHAINES PUBLIQUES	REDEVANCE	DIFFUSER DES PROGRAMMES QUI SATISFERONT LE PLUS GRAND NOMBRE DE TELESPECTATEURS SUR UNE PERIODE DE REFERENCE (SEMAINE) .
CHAINE A PEAGE	ABONNEMENT	OFFRIR LE MEILLEUR SERVICE AUX ABONNES .
CHAINE DE "PAY PER VIEW"	PAIEMENT DIRECT DES TELESPECTATEURS .	OFFRIR LE MEILLEUR PROGRAMME A UN INSTANT DONNE .

Le tableau 11 nous montre que les comportements dominants varient considérablement en fonction de la nature des ressources principales que perçoivent chacune des chaînes .

Dans cette optique , une chaîne publique , libérée de la contrainte de maximisation de l'audience peut adopter une stratégie de programmation radicalement différente de celle d'une chaîne privée ; sa mission de "Service Public" l'incitera alors à diffuser des émissions plus culturelles susceptibles de satisfaire l'ensemble des publics . L'objectif essentiel d'une chaîne publique n'est pas nécessairement de réaliser les taux d'audience les plus élevés lors de la diffusion de chaque émission , mais de satisfaire le plus grand nombre de téléspectateurs pendant une période de référence qui peut être plus ou moins longue , la semaine ou le mois , par exemple . Pour respecter ces obligations , la chaîne publique adoptera une stratégie de différenciation , celle-ci consistera à se démarquer fortement des chaînes privées en diffusant , par exemple , des émissions d'informations ou éducatives en face d'une série télévisée ou d'une émission de variétés .

En fait c'est là que réside essentiellement l'originalité du fonctionnement du système "anglais" ; comme elle se trouve confrontée à la concurrence de ITV qui lui ponctionne une partie de son audience , la BBC est dans l'obligation de choisir une stratégie afin d'endiguer une démission trop grande de ses téléspectateurs . Une faiblesse continuelle de son audience finirait à la longue par entraîner le refus des téléspectateurs anglais d'acquitter la redevance , celle-ci constituant par ailleurs sa principale ressource .

C'est pour éviter une telle situation qu'elle s'est toujours efforcée de diffuser des programmes au contenu différent de ceux de ITV , même si cette attitude devait lui causer un déficit ; ce dernier représente d'une certaine manière le prix qu'elle doit payer pour afficher sa différence .

Le choix des chaînes d'opter de façon exclusive pour l'une ou l'autre des stratégies a constitué l'un des éléments essentiels expliquant la réussite du système "anglais" , en permettant à la fois le développement d'une production de masse sans pour autant négliger la qualité des programmes diffusés .

Une autre originalité du fonctionnement du système anglais tenait au fait que les deux grands pôles de diffusion se sont toutefois livrés à une certaine forme de concurrence , tout en s'efforçant de garder chacune leur identité propre . Dans son ouvrage consacré à la télévision en Europe , NOAM (1991) nous indique qu'entre 1956 et 1976 , la BBC et ITV se sont parfois affrontées sur des créneaux particuliers de la production comme les séries , la BBC diffusant aux heures de grandes écoutes , des séries américaines comme sa rivale . Par contre , à d'autres moments , elles se sont positionnées chacune sur des segments particuliers , la politique pour les chaînes publiques , les jeux pour les chaînes privées , permettant ainsi l'existence d'une certaine spécialisation au niveau de la diffusion .

§ 1.3 : LES AUTRES ELEMENTS QUI INFLUENT SUR L'OFFRE DE FICTIONS AU SEIN DU SYSTEME "ANGLAIS".

A l'instar du système "américain" , le système "anglais" disposait également d'atouts susceptibles de lui apporter un avantage concurrentiel en matière d'offre de fictions , même s'ils apparaissaient atténués par rapport à l'autre "système" .

§ 1.3.1 : LE ROLE DES FACTEURS DE BASE .

Si l'on examine la nature des facteurs de base au sein du système "anglais" , on peut s'apercevoir que le Royaume-Uni disposait dans ce domaine tout comme les Etats-Unis d'un certain nombre d'avantages initiaux .

Par rapport au facteur "capital" , le système "anglais" se situait dès le milieu des années 20 à la pointe du progrès technique en matière d'équipements nécessaires à la production cinématographique . La BBC disposa également de studios de tournage à partir de 1936 , ce qui lui permit par ailleurs d'expérimenter un certain nombre de techniques de réalisation qui s'avérèrent bien rodées à la fin des années 40 , ABRAMSON , (1987) . Au milieu des années 50 , lorsque le réseau ITV commença à diffuser ses programmes , on assista parallèlement à la création des studios de Pinewood qui durant les décennies suivantes se placèrent à la pointe des innovations dans le domaine des "effets spéciaux" ⁷ .

La forte urbanisation du Royaume-Uni constituera un autre élément de base expliquant le dynamisme de son "système" , dans la mesure où elle permettra de couvrir très vite une grande partie du territoire en émetteurs hertziens vers la fin des années 50 , alors qu'à la même époque des pays comme la France et l'Allemagne de l'Ouest laissaient encore de nombreuses régions sans installations .

Tableau numéro 12 : Taux d'Urbanisation au Royaume-Uni .

Année	Taux d'Urbanisation
1950	63%
1960	71%
1970	78%
1980	81%

Source : OCDE , "Urban Policies for the 1980s" , Paris 1983 .

⁷ Ce fut le cas de la série COSMOS 1999 qui fut tournée entièrement au studio de Pinewood dans la Banlieue Londonnienne et qui connut par ailleurs , un succès international .

Comme nous l'indique le tableau 12 , la croissance de l'urbanisation au Royaume-Uni entre 1950 et 1960 a augmenté considérablement , le fait qu'environ deux tiers des habitants résidaient dans des zones urbaines en 1950 constituait dès l'origine un terrain très favorable au développement du secteur audiovisuel .

Si l'on s'intéresse maintenant à la dotation en "infrastructures naturelles" , on pourrait penser que le Royaume-Uni disposait tout autant que les Etats-Unis de sites remarquables , ces derniers étant susceptibles de donner une touche particulière aux fictions ayant fait l'objet d'un tournage en décors naturels . Même si l'on ne peut faire de parallèle avec la situation américaine en raison de la nature spécifique des paysages au Royaume-Uni , l'étude du contenu des fictions anglaises nous suggèrent que l'intégration du paysage a constitué un élément appréciable du succès des fictions anglaises à l'étranger .

Si l'on considère à présent l'ensemble des moyens humains dont disposaient le Royaume-Uni , on pouvait estimer que la qualité du facteur "travail" , notamment celle des techniciens et autres ingénieurs de production ne suffisait pas à procurer un avantage comparatif aux fictions anglaises , la plupart des autres grands pays européens possédaient également des techniciens hautement qualifiés . En réalité , les seuls individus susceptibles de donner une qualité particulière aux fictions furent les acteurs , ces derniers , en raison sans doute de la faiblesse structurelle du cinéma anglais eurent tendance à privilégier très vite le tournage des séries télévisées . Dans ces conditions , il n'est pas étonnant de constater aujourd'hui le nombre restreint d'acteurs de cinéma anglais qui peuvent se prévaloir d'une notoriété internationale , alors que dans le même temps, un grand nombre d'acteurs tournant pour la télévision sont mondialement connus , (Patrick MAC NEE , Patrick MAC GOOHAN , Joan COLLINS , Emma SAMMS , etc) .

§ 1.3.2 : L'INFLUENCE DES INDUSTRIES SITUEES EN AMONT ET APPARENTEES .

L'examen des secteurs qui se situaient en amont de la télévision au Royaume-Uni nous porte à croire qu'ils ne furent pas de nature à engendrer des effets significatifs sur l'offre de fictions , tout au plus pourrait-on admettre que la compétitivité de certains secteurs proches de la Santé comme celui de l'imagerie médicale aurait pu améliorer la qualité de certains effets spéciaux . En effet , si l'on excepte le tournage de la série COSMOS 1999 qui en 1975 faisait largement appel à l'électronique , et à un degré moindre celui de certaines séries initiales comme THUNDERBIRD et ALERT UFO dans les années 60 , on constatait l'absence d'autres séries répondant à l'ensemble de ces critères .

Il en va différemment lorsque l'on analyse l'influence exercée par les industries apparentées sur le développement du secteur audiovisuel anglais et en tout premier lieu celle de l'industrie cinématographique . La situation du cinéma au Royaume-Uni est apparue préoccupante dès le début des années 50 , depuis cette époque , elle ne cessait en effet de se dégrader pour être réduite à la portion congrue durant les années 70 . Des salles peu confortables , un nombre trop faible d'acteurs et de réalisateurs de renommée internationale et l'influence déjà grandissante du cinéma américain à la fin de la Seconde Guerre Mondiale pouvaient sans doute expliquer ces difficultés .

Certains indicateurs paraissaient particulièrement symptomatiques du mal dont semblait souffrir l'industrie anglaise . Le tableau 13 fait apparaître que la fréquentation du public anglais dans les salles de cinéma avait chuté brutalement entre 1955 et 1975 , alors que dans le même temps le nombre de films produits diminuait de moitié . Le seul indicateur de stabilité s'exprimait à travers le pourcentage de recettes réalisées par les films anglais qui se situait toutefois à des niveaux très faibles .

Tableau numéro 13 : Quelques indicateurs relatifs à la situation de l'industrie cinématographique au Royaume-Uni (55-86).

ANNEE	AFFLUENCE TOTALE (En Milliers) .	% RECETTES REALISEES PAR FILMS ANGLAIS	NOMBRE DE FILMS PRODUITS
1955	1182	30 , 1	94
1975	121	30 , 0	55
1986	73	20 , 0	39

Source : "La vingt-cinquième image , une économie de l'Audiovisuel" , R.BONNELL, page 246 ,Collection FEMIS , 1989 .

Face à de tels chiffres , on pouvait penser que le déclin du cinéma anglais avait contribué parallèlement à l'essor du secteur audiovisuel , ce dernier voyait dans le même temps son parc de téléviseurs s'accroître considérablement . On pourrait toutefois partir de l'hypothèse inverse , considérant que le déclin de l'industrie cinématographique anglaise était lié directement à la concurrence frontale des chaînes qui diffusaient par ailleurs de nombreux films . Si cette affirmation se vérifiait à peu près dans tous les pays européens , certains facteurs que l'on vient d'évoquer nous laissent penser qu'au Royaume-Uni , le déclin du Cinéma avait commencé bien avant l'apparition de la télévision . A partir du début des années 50 , cette dernière jouera parfaitement le rôle de substitut en proposant non seulement des films , mais également des fictions de qualité , fidélisant ainsi une grande partie des téléspectateurs par ailleurs mécontent de la qualité des films anglais .

le tableau 14 nous montre l'augmentation rapide du parc des téléviseurs en l'espace d'une décennie au Royaume-Uni en même temps qu'une diminution du nombre d'habitants par poste entre 1950 et 1961 . A cette occasion , il est intéressant de noter que le nombre d'habitants par poste au Royaume-Uni se rapprochait sensiblement de celui des Etats-Unis (3,1 habitants par poste) à la fin de la période , témoignant par la même occasion d'un niveau de développement du secteur quasiment identique entre les deux pays .

Tableau 14 : Pénétration de la télévision au Royaume-Uni (50-61) .

Année	Parc de télévisions en milliers	Nombre d'habitants par poste
1950	586	76
1953	2957	15
1958	8899	5
1961	11076	4

Source : "la 25 ème Image , Une Economie de l'Audiovisuel" , R.BONNELL , Edition NRF , 1989 .

Un autre élément jouera un rôle non négligeable sur la télévision anglaise , c'est l'influence du théâtre . Celui-ci qui contrairement au cinéma bénéficiait encore à la fin des années 40 d'un certain prestige , allait conduire la BBC dès 1946 à adapter à l'écran certaines intrigues policières sous la forme de spectacles théâtraux , SMITH , (1961) . Quelques années plus tard , le réseau ITV choisissait d'en faire de même avec la diffusion des premiers épisodes de "Chapeau Melon et Bottes de Cuir" sous cette forme particulière de représentation . Ce n'est qu'au milieu des années 60 que les chaînes anglaises commenceront à produire réellement des fictions sous la forme que l'on connaît aujourd'hui , en s'appuyant pour l'occasion sur un recours massif au tournage en "extérieur" . Contrairement au système "américain" où le théâtre n'a jamais exercé d'influence directe sur le secteur audiovisuel , celui-ci fut une partie intégrante du système "anglais" au début des années 50 .

§ 1.3.3 : LE ROLE DE LA DEMANDE :

Le Royaume-Uni s'était retrouvé à la fin des années 40 face à une situation plutôt propice au développement des activités audiovisuelles . En effet , relativement épargné par les destructions résultant de la Seconde Guerre Mondiale et bénéficiant comme on l'a souligné d'une forte urbanisation , il paraissait disposer d'un avantage conséquent sur ses voisins , qui confrontés à la fois à des problèmes de reconstruction et de

ravitaillement , ne semblaient pas faire de la télévision , une de leurs priorités majeures. En outre , la structure de sa population renfermait certaines caractéristiques propres à assurer un développement rapide de ce secteur . L'existence d'une classe moyenne fortunée en même temps que la présence d'ouvriers bénéficiant d'un fort pouvoir d'achat, constituaient de fait un vecteur favorable à l'achat de téléviseurs . Si l'on ajoute à cela , la mise en oeuvre par le gouvernement travailliste de ATLEE dès 1945⁸ d'une politique d'inspiration keynésienne , une politique qui s'appuyait également sur un pouvoir syndical très fort , on pouvait estimer qu'un environnement favorable au développement des loisirs venait d'apparaître .

La croissance exponentielle des achats de téléviseurs allait permettre au système "anglais" d'atteindre dès la fin des années 50 le seuil de rentabilité , d'abord en augmentant les ressources provenant de la redevance et qui seront affectées en totalité à la BBC , en permettant ensuite au réseau ITV de drainer une manne publicitaire conséquente . L'existence d'un marché intérieur de grande dimension allait permettre aux différentes chaînes de rentabiliser leurs programmes et d'abord leurs fictions .

§ 1.3.3.1 : LES MODALITES DE PRISE EN COMPTE DE LA DEMANDE DES TELESPECTATEURS AU SEIN DU SYSTEME "ANGLAIS" .

Le caractère ambivalent des chaînes de télévision au Royaume-Uni donnait un certain relief aux taux d'écoute pour la prise en compte de la demande des téléspectateurs . En effet , la présence des chaînes privées au sein du système audiovisuel "anglais" permettait leur utilisation en transmettant des signaux non seulement en direction des chaînes , mais aussi vers les annonceurs . De leur côté , les chaînes publiques qui faute de recourir à un financement publicitaire n'étaient pas soumises à la contrainte d'audience , utiliseront à leur tour ces signaux pour mettre en place une politique de programmation singulièrement différenciée .

Ainsi , si un programme diffusé sur une chaîne privée recueillait en moyenne 70% de l'audience , une chaîne publique par déduction pouvait être tentée de programmer dans le même temps une émission qui n'en captait seulement que 30 % . Cet exemple illustre parfaitement bien la situation qui prévalait au Royaume-Uni jusqu'au début des années 80 , le réseau privé ITV cherchait à satisfaire le plus grand nombre de téléspectateurs à un instant donné , alors que la BBC poursuivait le même but tout en prenant comme référence une période plus longue (la semaine , le plus souvent) .

⁸ Dictionnaire d'Histoire Economique de 1800 à nos jours , les grandes puissances , les grands thèmes , page 477 , Collection Hatier , 1987 .

Dans ce contexte , on peut imaginer la forme que prendra l'offre de fictions dès l'instant où les chaînes sont susceptibles de connaître avec exactitude les préférences des téléspectateurs dans ce domaine .

On va distinguer deux types de situation , l'une qui caractérise les chaînes privées , l'autre qui s'applique aux chaînes publiques .

Pour une chaîne privée , la cristallisation de l'audience sur certaines fictions durant le "Prime Time" , l'oblige à disposer constamment d'une grande quantité de programmes ayant par ailleurs un minimum de qualité , ce qui l'incite à développer parallèlement une activité soutenue dans la production audiovisuelle .

De leur côté , les chaînes publiques qui ne sont pas soumises aux mêmes contraintes que les chaînes privées auront tendance à offrir des fictions d'un genre un peu différent . En effet , dans un souci de se différencier de la concurrence , les chaînes publiques ont d'abord pour mission de sauvegarder l'identité culturelle nationale , de la promouvoir à l'étranger si nécessaire dans un deuxième temps . Dans cette optique , elles auront tendance à diffuser des fictions nationales que l'on qualifiera de "hauts de gamme" , c'est à dire de "qualité" mais dont la production nécessite la mobilisation de moyens conséquents (financiers , humains et techniques , etc) . L'affectation des ressources en provenance de la seule redevance lui permettait de satisfaire à ces exigences au moins jusqu'au milieu des années 80 .

Une meilleure prise en compte des préférences des téléspectateurs anglais en utilisant les taux d'écoute a été de nature à les fidéliser beaucoup plus que dans les autres pays européens . Nous disposons pour le Royaume-Uni des chiffres de 1984 concernant la durée d'écoute journalière moyenne pour un individu , celle-ci s'élevait à 220 minutes , soit plus d'une heure par jour en moyenne que la France qui ne totalisait que 154 minutes à la même époque . Ces chiffres plaçaient le Royaume-Uni résolument en tête de l'ensemble des pays européens tout en le situant toutefois loin derrière les Etats-Unis .

On pouvait penser que la nature des fictions anglaises diffusées sur les chaînes avaient contribué pour une large part à fidéliser les téléspectateurs en même temps qu'elles avaient assuré la rentabilité du secteur .

Les fictions anglaises présentaient en effet deux points communs : celui d'avoir une durée de diffusion relativement courte , souvent 30 minutes et rarement au dessus de 52 minutes , celui de retracer ensuite sous la forme d'un "sitcom" ou d'un "soap-opéra" la vie d'habitants anglais vivant dans des quartiers populaires , on peut citer les exemples de "CORONATION STREET" ou d' "EASTENDERS" . On sait par ailleurs que les fictions produites sous la forme d'un "soap-opéra" de courte durée sont celles qui ont les coûts de production les plus bas . On constate également qu'elles réalisent généralement les plus forts taux d'audience , conduisant les chaînes publiques

et privées à maximiser pour les unes , la satisfaction de leurs téléspectateurs , pour les autres , leurs recettes publicitaires . De cette façon , la diffusion de fictions va drainer une part importante de ressources qui permettront aux chaînes privées d'être rentables , en même temps qu'elles pourront réinvestir leur surplus de recettes dans la production de nouveaux programmes . De leur côté , les chaînes publiques peuvent s'attendre à ce que les téléspectateurs expriment une plus grande satisfaction sur la qualité des programmes en s'acquittant à l'avenir plus facilement du paiement de la redevance .

SECTION 2 : LE SYSTEME AUDIOVISUEL "FRANCAIS" .

Le système "français" constituait l'autre grande forme d'organisation du secteur audiovisuel en Europe , il est apparu à la même époque que le système "anglais" , d'abord en France d'où son appellation , avant de s'étendre durant les années 50 au reste des Etats membres qui composent aujourd'hui la CEE . Ce système , bien que présentant de nombreuses similitudes avec l'autre , renfermait toutefois certaines divergences que l'on s'efforcera de mettre en évidence . Dans cette optique , nous étudierons plus spécifiquement les caractéristiques de son fonctionnement au sein des quatre grands pays européens : la France , l'Allemagne de l'Ouest , l'Italie et l'Espagne , la situation des petits pays fera l'objet d'une section distincte .

§ 2.1 : LE ROLE DE L'ETAT AU SEIN DU SYSTEME "FRANCAIS".

Le rôle de l'Etat au sein du système "français" va revêtir une toute autre dimension que celui auquel il était cantonné au sein de l'autre système , on pense qu'il consistait ici à faire de la télévision , un service "tutélaire" . Rappelons que les travaux de MUSGRAVE (1959) définissent un service "tutélaire" comme celui que l'Etat choisit de fournir hors de l'économie marchande en fonction d'une logique de service public : culture , audiovisuel , éducation , transport , santé , en fonction de leur mérite ou de leur démérite .

La prise en charge du secteur audiovisuel par l'Etat s'était effectué d'abord par rapport au mérite , dans la mesure où pour les mêmes raisons qu'au Royaume-Uni à cette époque , l'Etat avait jugé nécessaire d'assurer l'installation d'émetteurs de télédiffusion en même temps qu'il prenait en charge l'offre de programmes . Par rapport au démérite ensuite , car contrairement au système "anglais" qui avait permis la création de chaînes privées , l'Etat avait souhaité gardé la mainmise absolue sur le secteur , craignant sans doute qu'une absence de contrôle de sa part du contenu des programmes conduise les téléspectateurs à adopter des attitudes critiques à l'égard de sa politique .

Dans ces conditions , le rôle de l'Etat au sein du système "français" s'exprimait à travers trois éléments :

- l'existence d'un monopole d'Etat .
- l'absence d'un organisme de régulation .
- le contrôle étroit du contenu de certains programmes par le Pouvoir et le recours occasionnel à la censure .

§ 2.1.1 : L'EXISTENCE D'UN MONOPOLE D'ETAT .

Le socle sur lequel reposait le fonctionnement du système "français" était matérialisé par l'existence d'un monopole d'Etat , celui-ci s'appliquait à l'ensemble des domaines qui touchaient à la Radiotélédiffusion (les activités de diffusion , la production de programmes et la programmation) . Cela avait eu comme conséquence d'empêcher qu'un secteur privé aussi minime soit-il puisse se développer , laissant entre les mains des Offices Publics , le soin de décider quels types de programmes il fallait produire en priorité .

§ 2.1.2 : L'ABSENCE D'UN ORGANISME DE REGULATION .

Une autre conséquence de la mise sous tutelle du secteur audiovisuel impliquait l'absence d'organismes de régulation chargés de contrôler l'activité des chaînes . En effet, contrairement au système "anglais" où le gouvernement avait choisi dès le départ de dresser une forme de barrière entre lui et les chaînes , le système "français" laissait directement au Ministère de la Communication⁹ le contrôle de ses activités . Même si en France , on devait noter un début d'évolution avec la loi du 29 Juillet 1982 qui aboutira à la création d'une Haute Autorité de l'Audiovisuel , l'origine politique des membres qui la composaient laissait planer un doute sur son indépendance réelle par rapport au Pouvoir en place .

§ 2.1.3 : LE CONTROLE DU CONTENU DE CERTAINS PROGRAMMES .

L'intervention directe de l'Etat au sein du secteur audiovisuel se faisait surtout sentir sur la qualité des programmes , en effet , l'Etat exerçait un contrôle étroit sur le contenu des émissions en ayant recours à la censure lorsque cela s'avérait nécessaire , notamment pour l'information télévisée et l'ensemble des magazines traitant de sujets de

⁹ Dans des pays comme l'Italie , l'Espagne ou la France sous la IV^{ème} et au début de la V^{ème} République , le Ministère de la Communication se nommait en réalité Ministère de l'Information , ce qui ne laissait aucun doute sur les intentions profondes des gouvernements de l'époque .

société . Il semblait essentiel aux yeux de la Puissance Publique qu'un média de masse comme la télévision , formidable instrument de propagande , ne puisse tomber entre les mains d'organisations hostiles au Pouvoir . Si l'on observait la situation qui prévalait à l'intérieur des quatre pays européens jusqu'au début des années 80 , on pouvait noter certaines différences sensibles quant à l'intensité du contrôle étatique au sein du secteur audiovisuel . Ainsi l'Allemagne de l'Ouest paraissait être la plus libérale par rapport au contenu des programmes diffusés , tandis que l'Espagne qui venait de sortir de quarante années de Franquisme semblait la plus réticente à libéraliser l'information .

La France et l'Italie se situaient pour leur part dans une position intermédiaire , ces deux pays avaient connu des périodes marquées par un contrôle étroit de l'activité audiovisuelle avant de connaître un assouplissement durant les années 70 . En 1974 , elles prendront en même temps deux décisions qui d'une certaine manière entraîneront une rupture avec le schéma d'organisation classique qui s'appuyait sur les Offices Publics :

- la France en faisant éclater l'ORTF (Office de la Radio Télédiffusion Française) en sept sociétés autonomes .
- l'Italie en faisant reconnaître par la Cour Constitutionnelle , le 10 Juillet 1974 , la légitimité pour les télévisions diffusées par le câble d'émettre à l'échelon local .

Si ces décisions ont assoupli le fonctionnement du système "français" , elles n'ont en revanche pas contribué à relâcher la tutelle de l'Etat sur l'information télévisée , les sept sociétés françaises bien qu'étant autonomes restaient entièrement publiques . Dans le même temps , la constitution progressive du réseau de BERLUSCONI ne fut toléré qu'en raison de l'absence de programmes d'information , DE GOURNAY , MUSSO , PINEAU , (1985) .

§ 2.2 : LES STRATEGIES DES CHAINES AU SEIN DU SYSTEME "FRANCAIS" .

Jusqu'au début des années 60 , la simple évocation de l'idée qu'une chaîne publique puisse adopter une stratégie au sein du système "français" semblait totalement saugrenue . En effet , alors que le Royaume-Uni était placé dans une situation de concurrence depuis 1954 , les quatre grands pays ne disposaient quant à eux que d'une seule chaîne qui s'efforçait de diffuser des programmes relativement variés de façon à satisfaire le plus grand nombre de téléspectateurs . C'est dans l'optique de poursuivre cette logique de "Service Public" que l'on décida la création d'une deuxième chaîne publique , en Allemagne de l'Ouest et en Italie en 1961 , en France en 1963 et en 1965

en Espagne . L'objectif principal était de permettre la satisfaction d'un maximum de téléspectateurs non plus au cours d'une semaine , d'un jour mais durant un même créneau horaire , par exemple , la tranche 18 heures 30-22 heures 30 qui correspondait au "Prime Time".

La présence de deux chaînes pouvait nous laisser croire qu'elles adopteraient des comportements stratégiques l'une envers l'autre , c'était oublier le contexte particulier dans lequel elles évoluaient , c'est-à-dire une absence de concurrence découlant du fait qu'elles étaient dirigées par la même personne , l'Etat . Dans ces conditions , l'adoption éventuelle de l'une des stratégies portériennes qui s'appliquait ordinairement à un environnement concurrentiel devenait alors sans fondement . Devait-on supposer pour autant qu'une chaîne publique ne puisse en aucune façon adopter une forme quelconque de stratégie ? .

L'observation des faits nous conduit aujourd'hui à répondre par la négative . En effet , jusqu'à la fin des années 70 , la coexistence au sein de ces pays de deux puis trois chaînes finira par laisser apparaître une forme particulière de comportement que l'on qualifiera de "stratégie de complémentarité", DAGNAUD , (1990) . Cette dernière qui ne s'insère pas dans la classification "portérienne" , implique pour les chaînes publiques de s'entendre étroitement en matière de programmation de façon à diffuser des émissions différentes pendant une même tranche horaire . C'est ce type de situation qui a prévalu dans les faits jusqu'au début des années 80 , à partir de cette période le contexte global dans lequel évoluaient les chaînes publiques commencera à se transformer avec la place de plus en plus importante tenue par les ressources publicitaires dans leur budget .

Si l'Allemagne de l'Ouest et l'Italie se sont efforcées de restreindre les possibilités pour leurs chaînes de percevoir des recettes publicitaires , en revanche la France et l'Espagne vont se révéler beaucoup plus souple dans ce domaine . Dans ces conditions , on finira par constater une évolution du comportement des chaînes publiques françaises et espagnoles , à partir de 1968 pour la France et 1984 pour l'Espagne , les conduisant à adopter des attitudes plus agressives en matière de programmation . Sans toutefois opter véritablement pour les stratégies "portériennes" , ces chaînes vont progressivement délaisser la stratégie de "complémentarité" en adoptant des comportements hybrides qui préfigureront leurs attitudes futures lors de la phase de déréglementation . Ces comportements hybrides seront marqués par une volonté de plus en plus nette de la part des chaînes publiques de mettre en place une politique de programmation qui copiera d'une certaine manière celles des chaînes privées , (importance des jeux télévisés , séries américaines , etc) .

Ce n'est réellement qu'au milieu des années 80 , lorsque le système "français" se transformera pour devenir une sorte de système "anglais bis" que les chaînes adopteront

des attitudes semblables dans toute l'Europe , avec seulement quelques trente années de retard sur le Royaume-Uni .

§ 2.3 : LES AUTRES ELEMENTS DE NATURE A INFLUER SUR L'OFFRE DE FICTIONS AU SEIN DU SYSTEME FRANCAIS .

L'analyse comparative des éléments susceptibles d'influer sur la qualité des fictions offertes au sein du système "français" nous permettra de mettre en évidence certaines similitudes avec l'autre système tout en dégageant dans le même temps , un certain nombre de divergences avec le Royaume-Uni , notamment par rapport à la prise en compte des préférences des téléspectateurs .

§ 2.3.1 : LE ROLE DES FACTEURS AU SEIN DU SYSTEME FRANCAIS .

Lorsque l'on examine les caractéristiques du facteur "capital" au sein du système "français" , on peut estimer qu'il ne présentait pas de différences sensibles par rapport à l'autre système européen . En effet , chacun des pays semblait pouvoir disposer d'installations techniques suffisamment performantes pour faire jeu égal avec le Royaume-Uni .

La France par exemple qui avait commencé la diffusion de ces programmes dès 1944 disposait déjà depuis les années 30 de studios d'enregistrements situés dans la Rue Cognacq-Jay . A la même époque , le gouvernement français se portera acquéreur de bâtiments particulièrement adaptés au tournage des fictions , ces derniers qui se situaient au lieu-dit des "Buttes-Chaumont" deviendront le haut-lieu de la production française durant les décennies suivantes , SPADE , (1968) .

Les allemands tout comme les italiens disposeront également d'infrastructures perfectionnées dans ce domaine , seuls les espagnols utiliseront longtemps un matériel vétuste avant de rattraper progressivement leur retard vers la fin des années 70 .

Si l'on prend en compte le taux d'urbanisation , celui-ci est susceptible de nous apporter quelques éclairages intéressants sur la situation respective de chacun des pays .

Tableau numéro 15 : Taux d'urbanisation pour les quatre grands pays d'Europe en 1965 et 1985 .

ANNEE	FRANCE	RFA	ITALIE	ESPAGNE
1965	67 %	79 %	62 %	61 %
1985	74 %	86 %	68 %	77 %

Source : **"EUROSCOPIE"** , Gérard MERMET , Edition LAROUSSE , 1991 , page 129 .

Le tableau 15 nous montre qu'au milieu des années 60 , les taux d'urbanisation divergeaient sensiblement entre les quatre pays , l'Allemagne de l'Ouest semblait beaucoup plus fortement urbanisée que l'Espagne et l'Italie , la France se situant pour sa part dans une position intermédiaire . Le contraste apparaît net lorsque l'on sait qu'à la même époque , le taux d'urbanisation du Royaume-Uni s'élevait déjà à 87 % .

Dans ces conditions , on peut estimer que le caractère de ruralité qui était rattaché en 1965 aux pays de l'Europe du Sud et à un degré moindre à la France a freiné un développement rapide du secteur audiovisuel , alors que dans le même temps , l'Allemagne de l'Ouest se rapprochait beaucoup plus des caractéristiques de la situation anglaise .

Si l'on considère maintenant la dotation en "infrastructures naturelles" du système "français" , on pouvait admettre que chaque pays examiné isolément bénéficiait d'autant d'infrastructures "naturelles" que le Royaume-Uni . La France , l'Allemagne et l'Italie disposaient en effet de nombreux paysages susceptibles de conduire à des tournages en décor naturels . L'Espagne pour sa part , en raison de sa situation géographique , pouvait un instant envisager de développer la production de "Westerns" .

L'étude du facteur "travail" nous conduit à faire la distinction entre la France et les trois autres pays , celle-ci était la seule à disposer d'acteurs spécifiquement affectés au tournage des fictions . En effet , l'Allemagne de l'Ouest et l'Espagne présentaient la particularité de tourner relativement peu de fictions audiovisuelles jusqu'au milieu des années 80 , en même temps qu'ils ne disposaient que de peu d'acteurs de dimension internationale . L'Italie pour sa part avait concentré dès les années 50 la majeure partie de ses efforts sur l'industrie cinématographique , il faudra attendre les années 80 pour que certaines "stars" comme Gina Lollobrigida ou Vittorio Gassman daignent enfin venir tourner pour la télévision .

§ 2.3.2 : L'INFLUENCE DES SECTEURS SITUES EN AMONT ET APPARENTES .

L'étude de l'influence des secteurs situés en amont nous conduit à faire les mêmes remarques que pour le Royaume-Uni . En effet , on ne peut nier de manière catégorique que les performances de certains secteurs comme l'informatique en France , en Allemagne de l'Ouest et en Italie n'eurent pas d'effets bénéfiques sur la qualité des fictions produites , notamment au niveau des images et du son . On peut croire toutefois qu'ils ne furent pas de nature à donner pour autant une qualité spécifique aux fictions produites dans ces pays .

A l'inverse , les performances de l'industrie cinématographique dans chaque pays ont conditionné d'une certaine manière l'évolution du système en contribuant à établir des relations de complémentarité et de substituabilité avec l'industrie audiovisuelle .

Au sein du système "français" , les relations entre les deux industries apparaissaient nettement moins tranchées qu'aux Etats-Unis , où elles reposaient sur une stricte complémentarité , qu'au Royaume-Uni , où elles s'appuyaient sur une stricte substituabilité .

Les tableaux 16 , 17 et 18 nous donnent un bref aperçu des situations respectives du cinéma au sein des quatre pays .

Tableau numéro 16 : Fréquentation totale dans les quatre pays d'Europe (en million) .

ANNEE	FRANCE	RFA	ITALIE	ESPAGNE
1955	394 , 8	776 , 1	819 , 0	-----
1975	181 , 7	128 , 1	513 , 0	255 , 8
1986	166 , 0	105 , 2	124 , 9	87 , 3

Source : "La vingt-cinquième image , une Economie de l'Audiovisuel" , R.BONNELL, page 246 .

Tableau numéro 17 : Pourcentage de la recette réalisée par les films nationaux .

ANNEE	FRANCE	RFA	ITALIE	ESPAGNE
1955	48 , 9	47 , 3	34 , 8	-----
1975	52 , 4	12 , 9	59 , 3	28 , 74
1986	43 , 6	22 , 1	31 , 6	12 , 40

Source : "La vingt-cinquième image , une Economie de l'Audiovisuel" , R.BONNELL, page 247.

Tableau numéro 18 : Nombre de films produits .

ANNEE	FRANCE	RFA	ITALIE	ESPAGNE
1955	110	128	95	56
1975	222	73	198	98
1986	134	60	114	60

Source : "La vingt-cinquième image , une économie de l'Audiovisuel" , R.BONNELL, page 247.

Les tableaux 16 , 17 et 18 montrent une situation plutôt contrastée avec d'un côté, la France et l'Italie , de l'autre , l'Allemagne de l'Ouest et l'Espagne . Les deux premiers pays se caractérisaient par une industrie cinématographique relativement performante jusqu'au milieu des années 70 , celle-ci paraissait résister beaucoup mieux au déclin que l'industrie britannique à la même époque . L'Allemagne de l'Ouest et l'Espagne présentaient pour leur part beaucoup plus de similitudes avec le cas anglais , car ils connaissaient déjà un certain nombre de difficultés dès la fin des années 60 .

Le cinéma allemand se situait pourtant au milieu des années 50 dans une position semblable à celle de la France et de l'Italie , seule l'Espagne semblait initialement beaucoup plus faible dans ce domaine .

Si l'on compare ces chiffres avec ceux retraçant l'évolution du parc de téléviseurs jusqu'au début des années 60 (tableau 19) , on peut alors mettre en évidence un certain nombre de situations hybrides entre la complémentarité et la substituabilité .

Tableau 19 : Pénétration de la Télévision dans les principaux pays occidentaux (1950-1961) , en milliers d'unités .

ANNEE	FRANCE	ALLEMAGNE	ITALIE
1950	3 , 8	XXXXXXXXXX	XXXXXX
1953	59 , 9	15	28
1958	988 , 6	2125	1099
1961	1943 , 0	4634	2123

Source : "La vingt-cinquième image , une économie de l'Audiovisuel" , R.BONNELL, Page 288 .

Les situations françaises et italiennes reflétaient une forme de substituabilité imparfaite , dans la mesure où la croissance du parc de leurs téléviseurs s'était accompagnée d'une diminution sensible de la fréquentation cinématographique tout en demeurant à un niveau nettement supérieur à celui qui prévalait au Royaume-Uni . Dans le même temps , les situations allemandes et espagnoles caractérisaient tout à fait une relation de parfaite substituabilité , marquée par un effondrement de la fréquentation en salle au profit d'un accroissement du parc de téléviseurs .

Bien qu'il soit difficile en l'absence de données rétrospectives fiables de juger l'effort accompli par chaque pays dans la production de fictions , on peut penser que le caractère moins prononcé de la substituabilité au sein du "système français" a occasionné un effort moindre qu'au Royaume-Uni dans ce domaine .

Un deuxième élément commun , celui-ci , à l'ensemble des pays européens , réside dans l'absence d'économies d'envergure entre les industries . Cette très nette séparation

pouvait s'appréhender de manière empirique , en constatant qu'au sein de ces pays , la production audiovisuelle s'effectuait au sein de studios intégrés au niveau de chaque Office public de Radiotélédiffusion . On retrouvait une situation semblable au Royaume-Uni , ce qui contrastait singulièrement avec le contexte industriel des Etats-Unis à la même époque .

§ 2.3.3 : LE ROLE DE LA DEMANDE AU SEIN DU SYSTEME FRANCAIS .

Les dimensions du marché intérieur et les conditions préalables au démarrage du secteur ne semblaient pas diverger profondément de celles rencontrées au Royaume-Uni à la même époque , en revanche les modalités de prise en compte de la demande des téléspectateurs reposaient sur des bases totalement différentes .

§ 2.3.3.1 : LES DIMENSIONS DU MARCHE INTERIEUR ET LES CONDITIONS PREALABLES AU DEMARRAGE DU SECTEUR .

Les quatre pays étudiés présentaient un point commun en disposant chacun d'un marché intérieur de grande taille au début des années 80 , identique par ailleurs à celui du Royaume-Uni . Cependant , les conditions économiques qui ont contribué à leur faire atteindre cette dimension furent à l'origine bien différentes . En effet , la France et l'Allemagne de l'Ouest disposaient de nombreux facteurs susceptibles d'assurer un développement rapide de leur secteur respectif , ce qui n'était le cas non seulement de l'Italie mais surtout de l'Espagne .

A la fin de la Seconde Guerre Mondiale , il ne semblait toutefois pas évident que la télévision connaîtrait un essor rapide tant en France qu'en Allemagne de l'Ouest . En effet , les destructions massives que le conflit avait engendré entre les deux pays et les difficultés concernant l'approvisionnement en denrées alimentaires qui persisteront jusqu'au début des années 50 , paraissaient de nature à laisser le secteur à l'état embryonnaire . Pour l'Italie et l'Espagne , le problème était encore plus complexe car leur niveau de développement était tel qu'on ne pouvait envisager de quelconque décollage pour cette activité à moyen terme . Il faudra attendre la fin des années 50 pour voir le secteur amorcer enfin une forte croissance en France et en Allemagne de l'Ouest et rattraper ainsi le niveau de développement du Royaume-Uni vers le milieu des années 70 ; pour leur part , l'Italie et l'Espagne devront attendre le milieu des années 60 pour connaître un mouvement de même ampleur .

§ 2.3.3.2 : LA PRISE EN COMPTE DES PREFERENCES DES TELESPECTATEURS AU SEIN DU SYSTEME "FRANCAIS".

L'absence d'un mécanisme de prix au sein du système audiovisuel "français" rendait plus difficile la perception des préférences des téléspectateurs par les chaînes de télévision ; dans le même temps , l'utilisation de l'indice d'écoute s'avérait contestable dans un système où la publicité demeurerait absente dans la plupart des pays jusqu'au début des années 80 . Dans ces conditions , une seule solution semblait praticable , c'était le recours au vote des téléspectateurs , lui seul susceptible de dégager un choix .

Toutefois , son utilisation concrète peut se heurter à certains obstacles , une illustration des difficultés qui peuvent survenir lorsque l'on souhaite , de manière démocratique , passer des préférences individuelles à un choix collectif rationnel nous est fournie par ARROW (1951) . On peut reprendre sa démonstration en l'appliquant directement au secteur audiovisuel . On supposera que le téléspectateur a le choix entre trois programmes qu'il doit nécessairement classer dans l'ordre de ses préférences , de cette manière , les chaînes ont la possibilité de voir quel type d'émission les téléspectateurs préfèrent .

Supposons trois téléspectateurs X , Y et Z et trois types de programmes : une fiction , un magazine culturel et une retransmission sportive .

On demande aux trois téléspectateurs au moment du vote de classer les programmes par ordre de préférence , sachant par ailleurs que la mise en place de la grille des programmes par une chaîne publique est liée directement au résultat obtenu .

Lors du dépouillement , on obtient les résultats suivants :

X = Fiction > Magazine culturel > Retransmission sportive .

Y = Magazine culturel > Retransmission sportive > Fiction .

Z = Retransmission sportive > Fiction > Magazine culturel .

Si l'on compare les programmes deux à deux , on s'aperçoit que la fiction est préférée au magazine culturel , on constate également que la retransmission sportive est préférée à la fiction , on peut penser alors que la retransmission sportive est préférée au magazine culturel , cependant c'est le contraire qui se produit .

D'où la question : existe-t-il une façon démocratique de passer des préférences individuelles à un choix collectif rationnel en ce sens que les citoyens sont libres , ne sont pas victimes de pressions extérieures ; et qu'aucun individu ne peut imposer ses préférences aux autres ? .

La conclusion mathématique que va faire ARROW est peu satisfaisante pour ceux qui recherchent une démocratie véritable .

Le théorème d'ARROW conclut au caractère très restrictif des conditions de l'agrégation des préférences individuelles et donc à la quasi-nécessité d'une dictature pour établir un choix socialement rationnel :

- "Si nous excluons la possibilité d'une comparaison interpersonnelle des utilités , alors la seule méthode pour passer des goûts individuels aux préférences collectives qui est satisfaisante et qui peut-être définie pour une grande variété de classements individuels est soit imposée soit dictatoriale".

Dans ces conditions , il apparaît que la seule solution possible est celle d'un classement des préférences qui pourrait ne pas correspondre aux choix réels des téléspectateurs .

Si l'on considère que le terme "dictatorial" paraît un peu excessif pour caractériser la situation du système "français" , on peut admettre toutefois que la volonté des chaînes de programmer tel type de programme plutôt que tel autre est imposé par une autorité supérieure , l'Etat en l'occurrence .

Face à ce type de situation qui contraste singulièrement avec ce que l'on rencontre aux Etats-Unis et au Royaume-Uni , quelle assurance a-t-on que l'Etat à travers le directeur des programmes des chaînes publiques , soit susceptible de prendre en compte le plus parfaitement possible le choix des programmes ? .

Si l'on observe le temps moyen passé par chaque téléspectateur devant la télé , on peut estimer qu'il varie fortement dans les grands pays qui composent le système "français" .

Tableau numéro 20 : Temps passé devant la télévision en 1984 .

PAYS	Durée d'écoute par personne (minute / jour)
ESPAGNE	170
ITALIE	160
RFA	145
FRANCE	140

Source : "Finançial Times", "Média Monitor" et "Documents d'Ambassade".

Le tableau 20 montre clairement que le temps passé par les téléspectateurs des principaux pays européens devant leurs écrans est très largement inférieur à celui du Royaume-Uni en 1984 , il l'est plus encore s'il on le compare avec celui des Etats-Unis à la même période . Bien que l'on ne peut affirmer catégoriquement qu'il existe un lien entre la durée d'écoute par personne et la capacité qu'a un système de prendre en compte les préférences des téléspectateurs , on peut constater que le temps passé devant

la télévision est plus important là où la programmation s'ajuste en fonction du taux d'écoute , c'est à dire au Royaume-Uni mais surtout aux Etats-Unis .

Une des principales conséquences implique que l'exploitation profitable d'une chaîne de télévision devient plus difficile dans les pays européens , si l'on considère que la maximisation de l'audience s'effectue de fait sur une période beaucoup plus courte . Certains pourraient voir dans ces chiffres une légitimation de l'intervention directe de l'Etat dans le système "français" afin d'assurer sa survie , on pourrait cependant partir de l'hypothèse inverse en considérant que la présence de chaînes privées permettrait de mieux prendre en compte les préférences des téléspectateurs et contribuerait ainsi à augmenter la durée d'écoute par personne de manière significative .

SECTION 3 : LES CARACTERISTIQUES DU SYSTEME "FRANCAIS" DANS LES PETITS PAYS .

Décrire le fonctionnement du système "français" au sein des petits pays ne présente qu'un intérêt dans la mesure où il fait apparaître certaines spécificités de fonctionnement par rapport à des pays comme la France ou l'Allemagne de l'Ouest . Sans analyser la situation de chacun d'eux , on peut mettre en évidence certaines références communes au schéma "portérien".

§ 3.1 : LE ROLE DE L'ETAT AU SEIN DES PETITS PAYS .

Un point commun caractérise l'ensemble de ces petits pays , celui de l'omniprésence de l'Etat qui intervient directement dans le secteur audiovisuel à travers les Offices publics de Radiotélédiffusion en axant directement son intervention sur le contenu des programmes .

Cette intervention s'est fait particulièrement sentir dans des pays comme le Portugal et la Grèce où la dictature a régné jusqu'au milieu des années 70 . Pour d'autres pays comme l'Autriche , la Belgique , les Pays-Bas et le Danemark , l'intervention de l'Etat , bien qu'existante , se faisait plus discrète .

§ 3.2 : LA STRATEGIE DES CHAINES AU SEIN DES PETITS PAYS .

Contrairement aux grands pays qui composaient le système "français" , les petits pays n'ont longtemps disposé que d'une chaîne unique , rendant ainsi illusoire l'adoption d'une stratégie de complémentarité . Dans ces conditions , la chaîne unique avait pour mission de proposer un large éventail de programmes au contenu plus ou moins culturel . A l'origine , certains petits pays disposaient pourtant de plusieurs chaînes ,

mais leur vocation essentielle consistait à desservir d'abord les différentes communautés linguistiques . C'était le cas notamment de la Belgique , qui dès 1953 , date du lancement de la télédiffusion , disposa de deux chaînes , la RTBF à destination de la communauté française , la BRT en direction de la communauté flamande . On pourrait citer également le cas de la Suisse , bien qu'elle ne fasse pas partie de notre champs d'étude , celle-ci disposait pour sa part de trois chaînes destinées à couvrir les différentes zones linguistiques du pays : une française , une allemande et une italienne . Il faut pourtant considérer que la présence de plusieurs chaînes linguistiques ne peut en aucun cas s'apparenter à l'adoption d'une stratégie de complémentarité telle qu'elle a prévalu au sein de pays comme la France , les publics visés initialement sont en fait très différents .

§ 3.3 : L'INFLUENCE DES AUTRES DETERMINANTS SUR LES PERFORMANCES DES PETITS PAYS .

Si l'on prend en compte la qualité des facteurs et l'influence des industries situées en amont et apparentées au sein des petits pays , on peut penser qu'ils n'ont pas été de nature à influencer directement sur l'offre de fictions . Bien que l'on ne dispose pas d'informations factuelles précises , on peut penser que chaque chaîne publique disposait de l'ensemble des installations nécessaires à la production de fictions , intégrées , à l'instar des autres pays au sein d'Offices publics de Radiotélédiffusion .

Par rapport au facteur environnemental , chaque petit pays disposait également de paysages , sans pour autant considérer que cela puisse avoir une quelconque influence sur la qualité des fictions produites .

Par rapport à l'industrie cinématographique , la spécificité de la culture de certains pays semblait constituer un frein durable au développement d'une industrie performante susceptible d'engendrer des effets quelconques sur le secteur audiovisuel .

L'élément le plus important capable d'influer sur les performances du secteur semblait être la demande en volume . On pouvait penser toutefois qu'elle resterait à des niveaux plutôt faibles , compte-tenu de l'étroitesse du marché intérieur d'une part , des difficultés d'atteindre une masse critique de téléspectateurs liées aux conditions géographiques du pays d'autre part . Le premier des deux critères concernait l'ensemble des pays empêchant ainsi l'exploitation profitable des chaînes de télévision , le cas de RTL demeure l'exception à la règle et reste lié à la structure particulière de la grille des programmes (prédominance des programmes américains et des jeux) . Le deuxième critère s'appliquait surtout à certains pays comme l'Autriche , le Portugal et les Pays Nordiques . Ces pays en raison de leurs reliefs et de certaines conditions climatiques ne

pouvaient être couverts en totalité par les émetteurs hertziens (hivers rigoureux , zones de montagnes , etc) sans de coûteux investissements .

Pour conclure , on peut considérer qu'il existe un certain nombre de différences entre les deux systèmes européens et plus encore si on les compare au système "américain" . Les différences essentielles qui subsistent entre le système "anglais" et le système "français" se situent d'abord par rapport à l'intervention de l'Etat et aux stratégies des chaînes mais beaucoup moins en fonction des autres éléments qui peuvent influencer sur l'offre de fictions . On peut constater que le système "anglais" qui présente un caractère hybride copie d'une certaine manière le système américain (rôle limité de l'Etat , placement des chaînes en situation concurrentielle dès les années 50 , etc) . Concernant les autres paramètres , le système "anglais" ne se différencie guère des autres pays de la CEE , bien qu'il apparaisse plus efficace que son homologue européen dans la mesure où il s'emploie à mieux prendre en compte les préférences des téléspectateurs en utilisant le taux d'écoute .

Il apparaît toutefois évident lorsque l'on compare la situation des pays européens avec celle des Etats-Unis , que seuls certains déterminants de la construction "portérienne" influent directement et de manière significative sur la qualité des fictions en Europe alors que c'est l'ensemble des éléments du schéma qui joue un rôle identique au sein du système "américain" .

CONCLUSION DE LA 1 ERE PARTIE

L'existence jusqu'en 1985 de trois systèmes audiovisuels : un système "américain" fortement concurrentiel , un système "anglais" de nature hybride et un système "français" placé directement sous le contrôle de l'Etat nous empêchait toutefois d'effectuer une véritable comparaison des performances de chacun en matière d'offre de fictions . En effet , l'absence d'un secteur privé au sein du système "français" déplaçait fort logiquement la concurrence à un niveau macroéconomique qui donnait à l'Etat une place essentielle en même temps qu'elle mettait en relief les autres déterminants du schéma "portérien" , plus particulièrement , la nature des facteurs , l'influence des industries situés en amont et apparentées et le rôle de la demande .

Par rapport à ce contexte singulier , on pouvait faire deux remarques qui concernaient simultanément l'ensemble des systèmes :

- plus le rôle de l'Etat demeurerait limité au sein d'un système , plus la durée d'écoute moyenne individuelle semblait élevé .
- les Etats-Unis paraissaient capables d'exploiter l'ensemble des déterminants du schéma "portérien" pour s'assurer un avantage "concurrentiel" sur le Royaume-Uni et les autres pays européens dans le secteur de la production audiovisuelle .

En fonction de ces considérations , on serait amené à remettre en cause l'intervention directe de l'Etat au sein du secteur audiovisuel , dans la mesure où il ne parviendrait pas à prendre totalement en compte les préférences individuelles des téléspectateurs , conduisant ainsi à une certaine forme de désaffection du public pour les programmes . De la même façon qu'on minimise le rôle de l'Etat , il nous faut également relativiser dans une moindre mesure celui des stratégies adoptées par les chaînes en raison notamment de l'influence exercée tout autant sur la qualité des fictions par l'ensemble des autres déterminants du schéma .

Dans ces conditions , on peut s'interroger sur les motifs qui ont conduit l'ensemble des pays européens à s'engager sur la voie de la déréglementation , si la volonté de prendre mieux en compte les préférences des téléspectateurs en introduisant la concurrence au sein du système "français" semblait légitime , en revanche , on peut se demander si les responsables politiques avaient correctement mesuré l'ampleur de la domination américaine dès cette époque . En outre , les producteurs américains qui commençaient à connaître un certain nombre de difficultés pour rentabiliser leurs fictions auprès des "networks" en raison d'une diminution de l'audience moyenne de ces derniers , verront dans la déréglementation du système "français" , un nouveau débouché capable de combler le déficit des recettes sur le marché intérieur .

**2 EME PARTIE : LA CONCURRENCE ENTRE LES
CHAINES :LA GENERALISATION EUROPEENNE DU
MODELE "ANGLAIS".**

Vers la fin des années 70 , la plupart des pays européens ayant opté pour le système audiovisuel "français" commencèrent à rencontrer de sérieuses difficultés dans la gestion quotidienne de leurs chaînes nationales . En effet , l'omniprésence de l'Etat au sein de ce secteur devait montrer progressivement ses limites suscitant l'apparition de critiques virulentes qui concernaient deux aspects : le gaspillage des ressources lié à une gestion calamiteuse des chaînes publiques d'abord , l'absence de respect du pluralisme des opinions ensuite . Dans le même temps , la persistance d'une crise économique mondiale de grande ampleur conduisait l'opinion publique à s'interroger sur l'efficacité de l'intervention étatique , l'amenant ainsi à privilégier les mécanismes du marché comme instruments de régulation du système . On observait par ailleurs une évolution sensible du système "français" qui se caractérisait dans un premier temps , par l'irruption de la publicité dans le financement des chaînes publiques , dans un deuxième temps , par l'adoption de lois qui occasionnèrent un démantèlement des Offices publics de Radiotélédiffusion .

C'est par rapport à ce contexte particulier qu'un mouvement de déréglementation du système "français" se mettra progressivement en place aboutissant à la création de nombreuses chaînes privées en Europe . Bien que les modalités d'application divergeassent sensiblement d'un pays à l'autre , le motif ayant conduit à l'apparition de ce processus semblait commun à tous : il s'agissait de copier le système "anglais" qui servait en fait de référence aux autres nations européennes .

En effet , le système "anglais" présentait trois particularités par rapport aux autres pays de la Communauté :

- l'introduction dès 1954 d'une concurrence entre les chaînes privées et les chaînes publiques .
- une évolution à l'abri des pressions politiques en respectant le droit d'expression des forces de l'opposition .
- une meilleure prise en compte des préférences des téléspectateurs conduisant ainsi à une bonne adéquation entre l'offre et la demande de fictions .

Cette deuxième partie aura pour principal objet d'étudier les transformations du système "français" à partir du milieu des années 80 en déplaçant d'une certaine manière, la concurrence entre les Etats à un niveau plus microéconomique : celui des chaînes de télévision . La généralisation de cette concurrence nous conduit à examiner plusieurs paramètres comme l'évolution de l'intervention étatique conduisant à la déréglementation , les stratégies des chaînes dans un environnement concurrentiel et enfin les performances de chaque pays en matière de commerce extérieur .

L'intégration de ce dernier élément prend ici une importance toute particulière et cela pour deux raisons , d'abord parce qu'il nous permet d'apprécier la capacité de chaque "système" à offrir des fictions , parce qu'il élargit ensuite considérablement notre champs d'analyse en introduisant de nouveaux éléments théoriques susceptibles d'expliquer les similitudes en matière de comportements audiovisuels .

Pour répondre à l'ensemble de ces questions , la deuxième partie se scindera respectivement en trois chapitres :

- **le quatrième chapitre** abordera dans un premier temps les principaux motifs qui ont conduit tous les pays à déréglementer leur système audiovisuel en s'appuyant pour cela sur la théorie économique . Dans un deuxième temps , nous observerons respectivement les modalités de déréglementation empruntées par les Etats-Unis , le Royaume-Uni et d'une certaine manière par la France au début des années 80 . Dans un troisième temps , nous ferons apparaître également une typologie des voies empruntées dans ce domaine par chaque pays qui compose le système "français".

- **le cinquième chapitre** , après avoir décrit les grandes lignes qui caractérisent le système "français" soumis désormais à la concurrence , s'attachera à l'étude de chacune des stratégies "portériennes" adoptées par les chaînes face à ce nouvel environnement . Dans un premier temps , nous examinerons l'ensemble des aspects généraux qui se rattachent à chacune d'entre elles en utilisant pour l'occasion , le concept de "flexibilité" appliqué à l'audiovisuel , dans un deuxième temps , nous nous intéresserons surtout à l'étude des pratiques de programmation .

- **le sixième chapitre** consistera à faire une analyse empirique de l'offre de fictions au sein de chaque pays en utilisant pour l'occasion les critères respectifs : le solde de la balance commerciale , l'adaptation à la demande nationale et à la demande mondiale . En comparant les performances de chaque pays par rapport à deux années de référence : l'année 1984 qui voit la concurrence s'exercer entre les Etats , l'année 1988 qui la voit se déplacer au niveau des chaînes , nous nous attacherons avec l'aide d'éléments empruntés à la théorie économique à expliquer les similitudes concernant la programmation des chaînes en Europe en même temps que celles qui touchaient les comportements des téléspectateurs .

CHAPITRE 4 : MOTIFS ET MODALITES DE LA DEREGLEMENTATION DES SYSTEMES AUDIOVISUELS .

On peut légitimement s'interroger sur les motifs initiaux qui ont poussé la majeure partie des Etats membres à s'engager sur la voie de la déréglementation ? . L'une des raisons essentielles semblait surtout liée au contexte économique qui prévalait au sein des pays occidentaux à la fin des années 70 . En effet , l'apparition d'une crise économique qui se révélait profonde et durable d'une part , l'accroissement de l'intervention directe de l'Etat dans le fonctionnement du système capitaliste d'autre part devaient conduire à une remise en cause progressive de l'Etat-Providence .

Cependant , l'environnement économique ne pouvait expliquer à lui seul l'origine de ce mouvement , d'autres éléments explicatifs intervenaient en effet et concernaient plus directement les spécificités du secteur audiovisuel . La télévision outre son apparence de "bien public" , présentait à l'instar d'autres secteurs comme celui des télécommunications , un caractère de "monopole naturel" qui légitimait ainsi l'intervention des Pouvoirs Publics . Pourtant , une évolution progressive de l'opinion des dirigeants les conduira à traiter séparément les activités de transmission de l'image de celles qui consistaient à fournir les programmes .

Par ailleurs , l'évolution des caractéristiques du système audiovisuel "français" jusqu'au début des années 80 devait être marquée par deux phénomènes majeurs : le manque cruel de ressources nécessaires au financement des activités et la trop grande immixtion du pouvoir politique au sein du secteur . Dans le même temps, on pouvait constater que les modalités de déréglementation divergeaient considérablement , entre les systèmes audiovisuels , d'abord ; entre les pays appartenant à un même système , ensuite .

Ainsi , les Etats-Unis et le Royaume-Uni , qui possédaient déjà des chaînes commerciales s'emploieront à accroître l'intensité concurrentielle en permettant à de nouveaux opérateurs d'entrer sur le marché . A l'inverse , l'ensemble des autres Etats européens qui à l'origine ne disposaient pas de chaînes privées , s'attacheront à faciliter leur création durant la décennie 80 .

L'objet de ce chapitre est triple , il consiste en s'appuyant d'abord sur certains éléments de la théorie économique à exposer les différents motifs qui ont conduit la plupart des Etats membres à déréglementer leur système audiovisuel . Dans un deuxième temps , il inclut l'examen des modalités de déréglementation au sein des pays pour lesquels il existait déjà une concurrence entre les chaînes , les Etats-Unis , le Royaume-Uni et d'une certaine manière la France , pour qui l'irruption progressive de la publicité avait introduit un début de concurrence entre les chaînes . Pour finir , il implique l'étude des modalités de déréglementation pour l'ensemble des pays qui composaient le système "français" au début des années 80 .

**SECTION 1 : LES MOTIFS CONDUISANT A LA DEREGLEMENTATION
DU SYSTEME AUDIOVISUEL .**

Depuis la fin de la Seconde Guerre Mondiale , l'ensemble des pays capitalistes développés se sont attachés à renforcer leur emprise sur l'activité économique des entreprises à travers la fixation d'un certain nombre de règles du jeu , que l'on pourrait regrouper sous le vocable de "réglementation" . S'inspirant directement des idées keynésiennes , les Etats considéraient qu'une intervention directe consistant à modifier les mécanismes ordinairement dévolus au marché pouvait empêcher l'apparition de crises économiques majeures .

Pourtant , l'apparition du premier choc pétrolier en 1973¹ devait conduire à remettre en cause l'efficacité de l'Etat-Providance et provoquer chez les dirigeants occidentaux un engouement pour le libéralisme économique en même temps qu'un désengagement progressif de l'Etat d'un certain nombre de secteurs .

Le concept de déréglementation (en anglais "dérégulation") a été transposé des Etats-Unis vers l'Europe au début des années 80 . Aux Etats-Unis , celui-ci correspondait à la mise en pratique de la doctrine néo-libérale , selon laquelle le fonctionnement du marché serait altéré par un excès d'interventionnisme , en particulier par le biais de certaines législations visant à limiter la concentration et qu'il convenait donc de réduire au minimum .

Cette doctrine s'appliquait dans des secteurs en apparence bien différents comme : les télécommunications , l'aviation , le secteur bancaire et celui de la distribution d'énergie . Cependant , deux secteurs , celui des télécommunications et de la distribution d'énergie (gaz et électricité essentiellement) présentaient un certain nombre de points communs avec celui de l'audiovisuel :

- l'acheminement des produits aux usagers nécessitait de disposer au préalable d'installations coûteuses .
- au sein de ces activités , on pouvait distinguer nettement celles qui consistaient à entretenir les infrastructures et à amener le produit ou le signal vers l'utilisateur de celles qui s'apparentaient à la fourniture d'un service .

Derrière ces considérations d'ordre technique , on voit apparaître les notions respectives de "monopole naturel" et celle d' "hardware" et "software", notions qui nous permettront de mieux comprendre le vaste mouvement de déréglementation au sein du secteur audiovisuel .

¹ Il faudra attendre véritablement la fin des années 70 avec l'arrivée au pouvoir de M.THATCHER au Royaume-Uni pour que s'instaure la première expérience d'un ultra-libéralisme économique , mais c'est l'élection de R.REAGAN l'année suivante qui en constituera l'exemple le plus emblématique .

Par rapport à l'ensemble de ces remarques , on peut considérer que les motifs qui ont poussé l'ensemble des Etats à déréglementer leur "système" audiovisuel sont les suivants :

- l'absence de "monopole naturel" au niveau du "software" .
- la non pertinence des motifs qui justifient habituellement la réglementation .
- la volonté étatique de rendre "contestable" le secteur audiovisuel .
- le désir de lutter contre la "maladie des coûts de BAUMOL".
- le souhait de l'Etat de garder indirectement le contrôle des chaînes .

§ 1.1 : L'ABSENCE DE "MONOPOLE NATUREL" AU NIVEAU DU "SOFTWARE" 2.

Dans de multiples industries de service , on distingue habituellement ce qui relève du "hardware" , c'est-à-dire le matériel ou les équipements nécessaires à l'acheminement d'un signal téléphonique ou hertzien , de ce qui s'apparente au "software" , c'est-à-dire l'ensemble des logiciels et des programmes . Dans le secteur audiovisuel comme dans celui des télécommunications , le "hardware" représente l'ensemble des infrastructures susceptibles d'acheminer un message , une image ou un service de l'émetteur vers le récepteur . Il peut se matérialiser dans le secteur des télécommunications par l'ensemble des centraux téléphoniques et autres lignes , dans le cadre du secteur audiovisuel , par le réseau des émetteurs et réémetteurs susceptibles de faire parvenir le son et l'image . Dans le même temps , le "software" se réfère dans les deux secteurs à toute une série de services , très larges dans le cadre des télécommunications (minitels , consultations des soldes bancaires , messagerie vocale , etc) , plus étroits dans le cadre de la télévision (émissions , télétexte , services du télé-achat , etc) .

Si l'on prend en compte le "hardware" au sein des deux secteurs , on peut estimer qu'il caractérise parfaitement une situation de "monopole naturel"³ .

On dit d'une firme qu'elle se trouve en situation de "monopole naturel" si la fonction de coûts est telle qu'aucune combinaison de plusieurs firmes ne peut produire un vecteur d'outputs de l'industrie de façon moins onéreuse que s'il était produit par une autre firme . Cette définition se traduit par la sous-additivité de la fonction de coûts sur l'étendue pertinente d'outputs . Historiquement , des auteurs comme MARSHALL ou WALRAS ont associé la notion de "monopole naturel" à celle de rendements d'échelle

² Dans l'industrie informatique , on distingue traditionnellement le "hardware" qui désigne le matériel du "software" qui s'apparente aux logiciels , in Dictionnaire de l'Informatique , P.MORVAN et Alii , Editions Larousse , 1996 .

³ Bien que les travaux sur le sujet sont nombreux , nous nous référerons pour l'occasion à l'ouvrage collectif : JM.CHEVALIER et Alii : "L'Economie industrielle des stratégies d'entreprises" , page 197-218 , Collection DOMAT Economie , Edition Montchrestien .

croissants , où l'accroissement de la production et a fortiori celle de la taille , engendre une réduction significative des coûts . Cette croissance débouche sur une monopolisation de l'activité et sur un risque d'abus de position dominante , ce qui rend alors nécessaire une réglementation .

Si l'on considère le secteur audiovisuel uniquement sous l'angle "hardware" , on peut alors estimer qu'une déréglementation serait dangereuse car elle laisserait la possibilité à la firme en position dominante de pratiquer les tarifs qu'elle jugerait utiles .

Cependant , les évolutions technologiques d'une part , la séparation évidente entre le "hardware" et le "software" pour les activités audiovisuelles d'autre part , nous laissent penser qu'une déréglementation devient tout à fait possible sans remettre en cause l'équilibre du "système" .

Dans cette optique , les contributions de CURIEN et GENSOLLEN (1992) sur l'ouverture du secteur des télécommunications à la concurrence nous semblent devoir s'appliquer également au secteur audiovisuel . Après avoir analysé les évolutions technologiques qui ont affecté le secteur , ces deux auteurs ont esquissé un modèle d'évolution des marchés des réseaux et des services de télécommunications , permettant ainsi d'apprécier les expériences de déréglementation dans les différents pays industrialisés . En s'appuyant sur la distinction entre l'infrastructure de transmission et l'intelligence de commande , c'est-à-dire entre le "hardware" et le "software" , ils estimaient que la logique technico-économique conduirait à maintenir un monopole dans le domaine de la transmission , là où les économies d'échelle ainsi que la spécificité et l'irréversibilité des investissements le justifieraient . A l'inverse , l'ouverture du marché devrait être encouragée dans le domaine de la commande , là où les investissements sont reconfigurables et où le dynamisme commercial et l'adaptabilité de l'offre à la demande restent les atouts déterminants . Dans ce contexte , rien ne s'oppose désormais à ce que des secteurs qui fonctionnent sur le même principe que celui des télécommunications ne s'engagent sur la voie de la déréglementation pour la fourniture de programmes .

L'observation de chacun des "systèmes" audiovisuels nous montre que les Etats-Unis , et dans une moindre mesure , le Royaume-Uni avaient opté pour ce principe dès le début des années 50 , les infrastructures de transmission demeuraient sous le contrôle de l'Etat , mais la diffusion des programmes était assurée par le secteur privé . Dans ces conditions , il apparaît évident que la plupart des pays européens intégrèrent ces considérations au moment où ils décidèrent la création de chaînes commerciales .

Si l'absence de "monopole naturel" dans les industries de "software" ont conduit les Etats à déréglementer leur système audiovisuel , il apparaît que d'autres motifs qui justifiaient habituellement la réglementation ne semblaient pas pertinents dans le cadre de ce secteur .

§ 1.2 : LA NON PERTINENCE DES MOTIFS QUI JUSTIFIENT HABITUELLEMENT LA REGLEMENTATION .

Comme nous l'indique GREFFE (1987) , un certain nombre de raisons poussent habituellement les Etats à réglementer un secteur quelconque , outre l'existence de "monopoles" naturels , il en distingue respectivement cinq :

- la concurrence destructrice .
- les subventions croisées .
- les rentes ou profits excessifs .
- la compensation des effets externes .
- l'absence d'information .

§ 1.2.1 : LA CONCURRENCE DESTRUCTRICE .

Une concurrence excessive peut justifier la réglementation , notamment en raison de certaines stratégies de prix prédatrices par lesquelles certaines firmes élimineront leurs concurrents dans un premier temps pour relever sensiblement leurs prix dès lors qu'elles resteront seules sur le marché .

Si l'on examine la situation du secteur audiovisuel , on peut estimer que ce scénario a bien peu de chances de se réaliser en pratique dans la mesure où un téléspectateur ne paye pas le programme qu'il regarde . A l'inverse , dans un système financé en grande partie par la publicité , ce sont les annonceurs publicitaires qui seront les véritables acheteurs des programmes . Toutefois , on ne peut imaginer réellement qu'une chaîne de télévision puisse consentir des rabais importants aux annonceurs dans le but de les détourner des autres chaînes , les tarifs publicitaires dépendent en effet étroitement du taux d'audience susceptible d'être réalisé . Ainsi , une chaîne qui diffuse une émission coûteuse mais génératrice de forte audience doit obligatoirement maximiser le montant de ses recettes publicitaires , faute de quoi elle court le risque de ne pouvoir la rentabiliser .

§ 1.2.2 : LES SUBVENTIONS CROISEES .

Les subventions croisées sont susceptibles de détruire la concurrence , dans la mesure où les firmes utilisent les bénéfices qu'elles auront su accumuler dans certains secteurs pour procéder à des concurrences déloyales dans d'autres secteurs . On peut penser que ce genre de situation s'applique plutôt mal au secteur audiovisuel . En effet , bien que l'on note depuis plusieurs années l'apparition de grands groupes industriels

dans ce domaine (BOUYGUES , GENERALE DES EAUX , etc) , aucune étude réellement sérieuse n'a pu jusqu'ici mettre en évidence un tel mécanisme de redistribution des bénéfices au profit des chaînes de télévision .

§ 1.2.3 : LES RENTES ET PROFITS EXCESSIFS .

Il ne s'agit pas ici d'un problème d'efficacité mais d'équité qui consiste à transférer des revenus indus des producteurs vers les consommateurs . On peut admettre que ce type de problème n'a pas cours au sein du secteur car il n'existe pas a priori de profits excessifs à la fois chez les producteurs et les diffuseurs , profits qui pourraient léser d'une manière quelconque les téléspectateurs .

§ 1.2.4 : LA COMPENSATION DES EFFETS EXTERNES .

Elle doit intervenir lorsque le prix courant ne correspond pas au coût social , que la différence soit positive ou négative . La production effective est alors inférieure ou supérieure à celle socialement souhaitable et il convient de la corriger . Derrière cette définition un peu ambiguë se cache un problème très simple : il s'agit pour l'Etat de veiller à ce que certains biens soient disponibles en quantité suffisante car ils correspondent à un besoin particulier de la population . Peut-on considérer que la diffusion d'une émission de télévision rentre dans cette catégorie ? . Si l'on étudie l'histoire contemporaine , on constate que la télévision est un bien de consommation relativement neuf , car jusqu'à une période récente , elle restait largement ignorée d'une grande partie des individus . Cela nous porte à croire qu'une intervention étatique n'était pas nécessairement obligatoire pour orienter la programmation des chaînes .

§ 1.2.5 : L'ABSENCE D'INFORMATIONS .

L'absence d'information , son insuffisance ou sa mauvaise qualité entraînent des décisions des consommateurs qui peuvent ne plus correspondre à ce qui est socialement souhaitable . Il en est ainsi de certains produits comme la drogue ou l'alcool , mais une fois encore la question reste-t-elle posée lorsque l'on évoque les émissions de télé ? . Est-il nécessaire d'avoir une intervention étatique destinée à contrôler le contenu de certains programmes ? . L'information distillée par les chaînes elles-mêmes (bande-annonce , présence du carré blanc) et par les magazines ne se suffit-elle pas à elle seule ? .

L'étude de chacune des raisons qui légitiment ordinairement la réglementation d'un secteur nous montre qu'elles s'appliquent mal dans le cas présent , ce qui nous laisse penser que ce fut un autre paramètre qui conduisit les dirigeants des principaux pays européens à entamer le processus de déréglementation .

§ 1.3 : LA VOLONTE DE RENDRE LE SECTEUR "CONTESTABLE" .

Jusqu'au milieu des années 70 , les trois grands systèmes audiovisuels mondiaux fonctionnaient tous à l'abri des turbulences . En effet , le système "américain" était dominé par les "networks" qui se partageaient 90 % de l'audience potentielle . Le système "anglais" présentait un caractère de stabilité dans la mesure où la cohabitation chaîne publique-chaîne commerciale semblait satisfaire les téléspectateurs . Pour finir , le système "français" placé directement sous le contrôle de l'Etat évoluait à l'abri de toutes turbulences . Cependant , trois éléments allaient être de nature à remettre en cause cet équilibre au sein de chaque système .

Le premier élément semblait commun au trois car il correspondait à une évolution du goût des téléspectateurs vers plus de diversités . A l'inverse , le deuxième élément paraissait s'appliquer d'abord aux deux systèmes ayant introduit initialement la concurrence entre les chaînes . On observait en effet au sein de ces systèmes , un certain nombre de pressions qui consistaient à permettre à de nouveaux opérateurs d'entrer au sein du secteur . Enfin , il apparaissait qu'un grand nombre de chaînes relativement protégées de la concurrence ne répondaient qu'imparfaitement aux souhaits des téléspectateurs .

Dans ces conditions , on pouvait estimer que la déréglementation était de nature à combler une partie de ces aspirations en contribuant à faire réagir les chaînes déjà en place et cela de deux façons , en permettant respectivement :

- une concurrence réelle .
- une concurrence potentielle .

Si la concurrence réelle ne soulevait a priori aucun problème théorique majeur , dans la mesure où elle impliquait l'augmentation du nombre de chaînes en présence au sein du secteur , il n'en allait pas de même pour la concurrence potentielle qui concernait d'autres types de situation .

Ce concept faisait référence de façon plus ou moins explicite à la théorie des "marchés contestables", cette dernière , qui résultait directement des contributions de trois auteurs, BAUMOL , PANZAR et WILLIG , (1982) , impliquait qu'il n'était plus nécessaire d'avoir un marché de concurrence pure et parfaite pour être en situation

optimale . Il suffisait désormais qu'une firme sur un marché se trouvât face à la menace potentielle d'une autre firme , susceptible de produire à un moindre coût .

En fait , on pouvait considérer que le marché d'un bien ou d'un service quelconque était "contestable" lorsque deux conditions étaient réunies :

- l'entrée était libre , en ce sens que les firmes déjà en place ne disposaient d'aucun avantage par rapport aux nouveaux entrants .
- la sortie devait pouvoir s'effectuer sans coût , c'est-à-dire que les firmes ne devaient pas supporter d'autres coûts que ceux correspondant aux coûts d'usage et de dépréciation du capital .

Ces deux conditions rendaient possibles des entrées-sorties très rapides (hit and run) par des firmes extérieures au marché , dès qu'une occasion de profit apparaissait .

On pouvait penser que certaines décisions prises par les Pouvoirs Publics concernant le secteur audiovisuel rentraient parfaitement dans ce cadre théorique . En effet , le développement du câblage de certains pays de l'Europe du Nord-Ouest comme la Belgique et les Pays-Bas d'une part , l'autorisation accordée à des opérateurs privés d'utiliser les canaux hertziens disponibles d'autre part , firent naître en premier lieu une concurrence potentielle avant qu'elle ne devînt réelle dans les faits . Si l'on considère d'abord le câblage d'un pays , on peut constater qu'il permet d'abord la multiplication des canaux de diffusion en abolissant du même coup les contraintes liées à l'étroitesse des bandes de fréquences . Dans ces conditions , l'ensemble des chaînes déjà présentes sur le marché devaient s'attendre à voir apparaître à tout moment de nouveaux opérateurs , l'entrée d'un nouveau venu était d'autant plus facile qu'il n'avait à supporter ni les coûts d'installation des réseaux , ni son entretien , les deux restant à la charge de l'Etat . La seule obligation qui incombait réellement aux opérateurs consistait à remplir une grille de programmes , sans qu'il soit nécessaire pour autant de les produire soi-même .

Dans le même temps , la multitude de canaux disponibles conditionnait implicitement l'existence de petites chaînes thématiques qui disposaient bien souvent de faibles moyens , à la fois au plan humain et au plan matériel . Cela impliquait pour ces firmes de quitter le secteur sans avoir à subir un coût de sortie trop important , le matériel technique pouvait ainsi aisément être cédé à d'autres opérateurs du même type et les locaux être réutilisés à d'autres fins .

Si les trois premiers motifs qui ont contribué à la déréglementation du secteur audiovisuel sont couramment admis , il apparaît en revanche que deux autres motifs restent à ce jour largement ignorés , car ils concernent plus directement le

fonctionnement du système "français" . Ce dernier souffrait de deux maux endémiques depuis sa création :

- une insuffisance de ressources destinée à la production .
- des critiques virulentes sur l'omniprésence du Pouvoir Politique dans la gestion des chaînes .

Parallèlement , le système "anglais" ne rencontrait pas les mêmes difficultés dans la mesure où , comme nous l'avons déjà souligné (cf 1ère partie) , il paraissait relativement à l'abri des pressions politiques en même temps qu'il parvenait à drainer une manne publicitaire importante . A titre indicatif , les investissements publicitaires pour l'année 1985 s'élevaient à 1,23% du PIB (contre 0,63 % en France ou 0,3 % en Italie) , la télévision quant à elle attirait 30 % des investissements publicitaires contre moins de 20 % en France .

Le réseau ITV , quant à lui , parvenait toujours en 1985 à drainer 10,5 milliards de francs de recettes publicitaires , alors que dans le même temps BBC 1 et BBC 2 collectaient 6,5 milliards de francs de redevance brute , avec un PIB/habitant supérieur, la RFA et la France disposaient d'une télévision ne pesant en fait que 10 milliards de francs ⁴ .

Dans ces conditions , la déréglementation du système "français" s'expliquait aussi pour des raisons liées au financement des activités audiovisuelles .

§ 1.4 : LA VOLONTE DE LUTTER CONTRE LA "MALADIE DES COUTS" DE BAUMOL .

En 1966 , BAUMOL et BOWEN ont développé une analyse de long terme sur la croissance des coûts relatifs du spectacle vivant , celui-ci voit sa productivité croître moins vite que ceux des secteurs produisant des biens manufacturés , par contre le taux de salaire y croît de façon identique aux autres secteurs augmentant alors son coût .

Le modèle repose principalement sur trois hypothèses :

1) L'économie est divisée en deux secteurs . Dans le secteur 1 (archaïque) auquel appartient le secteur de la production audiovisuelle , la productivité du travail est constante ou en faible croissance , et la quantité de travail ne peut être diminuée sans dénaturer le produit . La quantité de travail employée et la quantité de produit obtenue au moment t sont respectivement notées :

⁴ A.LE DIBERDER , N.COSTE-CERDAN : "La télévision" , page 40 , Collections repères , Editions la Découverte , 1991 .

$L_{1,t}$ et $Y_{1,t}$:

$$- Y_{1,t} = a L_{1,t}.$$

Dans le secteur 2 (progressif), la quantité de travail employée et la quantité de produit obtenue au moment t sont respectivement notées :

$$- Y_{2,t} \text{ et } L_{2,t}.$$

Soit r le taux d'accroissement de la productivité du travail , on obtient :

$$- Y_{2,t} = b L_{2,t} (1 + r)^t \quad (a \text{ et } b \text{ sont des constantes}).$$

2) Les coûts de production sont assimilés aux seuls coûts salariaux : $W_{1,t}$ et $W_{2,t}$, ils évoluent au même rythme et dans le même sens que la productivité du travail dans le secteur progressif .

$$- W_{1,t} = W_{2,t} = W_t = W (1 + r)^t.$$

Les coûts relatifs (du travail par unité de produit) sont alors :

dans le secteur 1 :

$$- C_1 = W_{1,t} L_{1,t} / Y_{1,t} = W (1 + r)^t \cdot L_{1,t} / a L_{1,t} = W (1 + r)^t / a ;$$

dans le secteur 2 :

$$- C_2 = W_{2,t} L_{2,t} / Y_{2,t} = W (1 + r)^t \cdot L_{2,t} / b L_{2,t} (1 + r)^t = W / b ;$$

Le coût en travail par unité de produit augmente au cours du temps sans limite dans le secteur 1 et reste constant dans le secteur 2 .

3) La demande de spectacle est élastique , toute hausse des prix se traduit par une réduction de la fréquentation . Si les prix des produits des deux secteurs sont proportionnels à leurs coûts :

$$P_1 = \alpha C_1 \quad \text{et} \quad P_2 = \beta C_2 ,$$

$$\text{alors : } P_1 Y_1 / P_2 Y_2 = \alpha C_1 Y_1 / \beta C_2 Y_2 = C_{te}.$$

$$\text{ou : } C_1 Y_1 / C_2 Y_2 = W (1 + r)^t \cdot L_{1,t} / W (1 + r)^t \cdot L_{2,t} = L_{1,t} / L_{2,t} = K_o .$$

$$\text{et } Y_1 / Y_2 = a L_{1,t} / b L_{2,t} (1 + r)^t = a K_o / b (1 + r)^t .$$

- Quand t augmente , Y_1/Y_2 diminue inexorablement . Si la puissance publique intervient afin de maintenir en vie le secteur archaïque , la ponction exercée par le secteur 1 menace à terme la croissance économique .

Les hypothèses 1 et 3 présentent un intérêt certain dans la mesure où lorsqu'un secteur ne peut réaliser ni gains de productivité, ni augmenter ses prix en raison d'une élasticité forte, seule une intervention publique sous forme de subventions reste la seule solution envisageable pour éviter sa disparition.

Si l'on applique ce schéma au secteur audiovisuel, il nous faut distinguer deux types de situation, la première implique pour les chaînes de ne percevoir que la redevance acquittée par les téléspectateurs, la seconde offre des possibilités de recourir à un financement publicitaire.

Pour mieux illustrer ces deux situations, il convient de poser au préalable un certain nombre d'hypothèses de nature à en simplifier la démonstration.

On considère dans un premier temps que le coût total des programmes est fonction de deux éléments : son coût moyen et le nombre d'heures de diffusion. Dans le même temps, le montant total des ressources résulte de la multiplication du montant unitaire de la redevance par le nombre de téléspectateurs assujettis à celle-ci.

Si l'on prend comme hypothèse que les coûts doivent être identiques aux ressources, on peut aussi estimer que le nombre d'heures de diffusion ainsi que le nombre de téléspectateurs qui payent la redevance demeurent constants.

Dans ces conditions, si l'on admet que le secteur audiovisuel évolue également dans le secteur "non progressif" de l'économie, alors le coût unitaire d'un programme augmente inexorablement.

En l'absence de tout financement publicitaire, ce qui était le cas dans la quasi-totalité des pays européens jusqu'au début des années 80, on peut rencontrer deux cas de figure:

- la hausse du coût des programmes est compensée entièrement par une hausse du montant unitaire de la redevance.
- la hausse du coût des programmes s'accompagne dans le même temps d'une diminution du nombre d'heures de diffusion, le montant de la redevance reste pour sa part constant.

La première solution paraît exclue, car la redevance reste assimilée aux yeux des téléspectateurs à une taxe parafiscale, une trop forte augmentation serait susceptible de mécontenter les téléspectateurs plutôt enclins à la voir diminuer. La deuxième solution, même si elle apparaît réalisable en théorie semble irréaliste en pratique, on constate que l'ensemble des chaînes européennes ont augmenté régulièrement leur volume global de diffusion. On aurait pu envisager une autre solution, en admettant que si les coûts de la main d'oeuvre ne peuvent être abaissés alors les producteurs devront réaliser des économies sur les autres postes. Le tableau 21 nous montre toutefois l'importance des

coûts de la main d'oeuvre dans la production d'une fiction en 1989 , même si les chiffres s'appliquent dans le cas présent à un "sitcom" , on peut penser que la structure de son budget n'est pas réellement différente de celles des autres fictions .

Tableau numéro 21 : Structure du coût de production d'un "sitcom" français d'une demi-heure en 1989 (en %) .

POSTES DE DEPENSES	POURCENTAGE
SCENARIO , DIALOGUES	3 %
REALISATEURS , TECHNICIENS , EQUIPES DE PRODUCTION ET DE TOURNAGE	9 %
COMEDIENS	33 %
CHARGES SOCIALES ET FISCALES	13 %
PLATEAU , DECORS ET COSTUMES	11 %
MOYENS TECHNIQUES , FABRICATION ET POST-PRODUCTION .	14 %
IMPREVUS	9 %
FRAIS GENERAUX , CACHET DU PRODUCTEUR.	8 %
BUDGET TOTAL PAR EPISODE	1 000 000 FF

Source : "L'Etat des Médias" , page 358 , Editions La Découverte , MédiasPouvoirs , 1991 .

On peut constater que l'ensemble des coûts directs et indirects (cachet du producteur , charges fiscales , scénario et dialogue) représente presque 60 % du coût de production et encore ne s'agit-il là que d'un sitcom qui fait appel à des comédiens de second plan , par ailleurs faiblement payés . Dans ce contexte particulier , deux solutions s'offraient alors à la Puissance Publique , soit subventionner directement la production audiovisuelle en respectant la logique du raisonnement Baumolien ou alors faire appel à des sources de financement privé . Si la première solution a été appliquée parfois , elle demeurera l'exception à la règle ; en revanche , l'introduction progressive de la publicité sur les écrans comme nous le verrons dans une deuxième section , mais surtout l'autorisation accordée à des chaînes privées d'émettre constitueront l'une des modalités principales de la déréglementation du "système" français .

§ 1.5 : LA VOLONTE DE L'ETAT DE GARDER UN CONTROLE INDIRECT SUR LES CHAINES .

La dernière raison qui était susceptible , d'expliquer le mouvement de déréglementation semblait en fait dicté par des motifs plus politiques , celui de contrôler par personnes interposées , le contenu des images .

Ce critère pourrait paraître à première vue très éloigné du champ économique , il nous semble pourtant primordial , si l'on considère une chaîne de télé comme l'instrument moderne de propagande aux mains des dirigeants d'un pays , KLAPPER , (1955) .

Le problème de l'indépendance des chaînes par rapport au pouvoir politique a eu essentiellement pour cadre les émissions d'information . En effet , la plupart des pays qui avaient adopté le système "français" furent confrontés à des critiques internes de la part des opposants au Pouvoir en place , ce dernier étant accusé trop souvent de ne pas respecter le pluralisme des opinions .

Ces critiques , si elles semblaient justifiées , ne pouvaient cependant s'adresser uniformément à l'ensemble des Etats membres , l'auteur estime que l'on peut ainsi mettre en évidence trois situations sensiblement différentes jusqu'en 1985 :

- une indépendance des chaînes par rapport au Pouvoir politique plutôt respectée : Belgique , Pays-Bas , Irlande , Danemark et Suède .
- une indépendance des chaînes plutôt limitée : France , RFA , Italie et Autriche .
- l'absence totale d'indépendance : Espagne , Portugal et Grèce .

On pouvait expliquer ces différentes situations qui existaient au sein d'un même système , par des facteurs liés aux caractéristiques propres à la vie politique de chaque pays , la relative indépendance des chaînes de télé dans des pays comme la Belgique ou le Danemark provenait des difficultés qu'il y avait de distinguer entre la majorité et l'opposition . La plupart de ces petits pays constituaient toujours des gouvernements de coalition avec un large éventail de formations politiques , ce qui rendait du même coup plus hypothétique le contrôle de l'activité des chaînes par un parti .

A l'inverse , l'absence totale d'indépendance dans les pays de l'Europe du Sud s'expliquait par la présence de dictatures militaires jusqu'en 1974 , (le Franquisme en Espagne , le Salazarisme au Portugal et le Régime des Colonels en Grèce) .

L'indépendance limitée des chaînes dans des pays comme la France ou la RFA , s'expliquait essentiellement par la domination que certaines formations politiques avaient pu exercer pendant une période suffisamment longue , (le CDU d'ADENAUER DE 49 à 63 en RFA , la Droite en France entre 58 et 81 ou la Démocratie Chrétienne en Italie depuis 46) .

Par rapport à cela , on pouvait penser que la déréglementation liée à la volonté de couper le cordon ombilical entre le Pouvoir politique et les chaînes de télé , était l'oeuvre de pays comme la France et la RFA plutôt que la Belgique ou le Danemark . De la même manière , on pouvait estimer que le choix tardif de la déréglementation dans les pays de l'Europe du Sud (89 pour l'Espagne et la Grèce , 91 pour le Portugal) découlait principalement des comportements hérités de la période dictatoriale .

Le fait d'accorder l'autorisation de diffuser des programmes à des opérateurs privés permettait à l'Etat de continuer à exercer une certaine influence sur le secteur , non pas d'une manière directe comme c'était le cas en présence de chaînes publiques uniquement , mais d'une façon indirecte . En effet , en présence d'un monopole d'Etat , on se retrouvait face à la séquence suivante :

ETAT → → → → CHAÎNE DE TELEVISION → → TELESPECTATEURS

L'Etat assurait un contrôle direct sur le contenu des programmes des chaînes publiques qui devaient être proposés aux téléspectateurs , courant le risque par la même occasion de se voir reprocher une ingérence trop grande dans le fonctionnement du système . La déréglementation lui permettait au contraire d'échapper en partie à ces critiques en faisant intervenir un quatrième acteur dans cette séquence :

ETAT → OPERATEUR PRIVE → CHAÎNE DE TELEVISION → TELESPECTATEURS

La seule contrainte pour l'Etat résidait dans la manière de choisir l'opérateur qui aurait la tâche d'exploiter la concession publique , un opérateur privé trop indépendant du Pouvoir en place courait le risque de lui faire perdre le contrôle d'une part importante du volume global de diffusion . Une bonne illustration de ce phénomène nous est fournie une fois de plus par la France : en 1985 , lors de l'attribution des nouvelles chaînes hertziennes privées et en 1987 lorsqu'il s'agissait de réattribuer ces mêmes concessions et désigner un opérateur candidat à la reprise de TF1 privatisée , CHAMARD , KIEFFER , (1992) .

A l'occasion de ces deux événements , on put constater un certain nombre de comportements de la part de l'Etat qui laissèrent planer un doute sur une volonté réelle de désengagement de sa part du secteur . En 1985 , l'attribution des concessions s'était déroulée en l'absence totale d'appel d'offres , ce qui avait abouti dans un premier temps à accorder l'autorisation d'émettre à des groupes industriels proches du Pouvoir socialiste (SEYDOUX pour la 5 , PUBLICIS pour TV6)⁵ . En 1987 , la réattribution des mêmes canaux suscita également de très nombreuses controverses . Bien que cette fois-là , on eût mis en place une procédure d'appel d'offres , la couleur politique des membres de la CNCL (l'organisme chargé de la décision ultime) laissait présager un choix partisan qui pouvait ne pas correspondre à la situation optimale . L'attribution

⁵ On pouvait faire la même remarque pour l'attribution de Canal + en 1984 qui échoua entre les mains d'HAVAS dirigé à l'époque par A.ROUSSELET Directeur de Cabinet du Président Mitterrand jusqu'en 1982 , celui-ci restera PDG jusqu'en 1994 , date à laquelle , il fut contraint de démissionner sous la pression du gouvernement d'E.BALLADUR .

respective de la 5 au Groupe HERSANT , de M6 à la CLT associée à la LYONNAISE DES EAUX et de TF1 au groupe BOUYGUES était pour le moins aussi critiquable que les arbitrages effectués en 1985 par le précédent gouvernement .

SECTION 2 : LES EXPERIENCES CONCRETES DE DEREGLEMENTATION AU SEIN DE CHAQUE "SYSTEME" .
--

Le mouvement de déréglementation n'a pas concerné uniquement le système "français" , mais s'est étendu à l'ensemble des autres systèmes même s'il a pris des formes bien différentes en raison de la structure initiale du secteur . Dans cette optique , nous examinerons d'abord les modalités de déréglementation au sein du système "américain" , au sein du système "anglais" dans un deuxième temps . Enfin , nous analyserons la lente évolution du système "français" durant les années 70 qui préfigurera le mouvement des années 80 .

§ 2.1 : LA DEREGLEMENTATION AU SEIN DU SYSTEME "AMERICAIN".

En matière de Radiotélédiffusion , le processus américain de déréglementation a été amorcé dès le milieu des années 70 , afin de permettre à la fois le développement du câble et la diffusion par satellite , mais également pour atténuer certaines règles contraignantes qui s'appliquaient aux "networks".

C'est la FCC qui a joué un rôle moteur dans ce domaine⁶ , contribuant à déréguler le système "américain" dans trois domaines :

- le "Câble Communications Policy Act" (Octobre 1984) .
- la "12-12-12 Rule".
- l'autorisation pour la construction de satellites privés de télécommunications .

§ 2.1.1 : LE "CABLE COMMUNICATIONS POLICY ACT" .

Jusqu'à l'adoption par le Congrès d'une législation fédérale , les règles d'attribution des réseaux différaient très sensiblement selon les Etats . C'est pour mettre fin à une situation qui portait préjudice à la libre circulation des programmes , "From Coast to Coast" , de "côte à côte" que la FCC élaborait une nouvelle loi , après de longues tractations avec les opérateurs du câble . Votée par le Congrès , la loi excluait de son champ d'application les antennes collectives (S.M.A.T.V) et les techniques qui

⁶ S.BESEN , T.KRATTENMAKER , R.METZGER , J.WOODBURY : "Misregulating Télévision , Network Dominance and the FCC" , The University of Chicago Press , Chicago , London , 1984 , 202 p .

ne traversaient pas la voie publique . Ses principales dispositions constituaient un cadre s'appliquant uniformément sur l'ensemble du territoire national . Les Etats et les Municipalités , autorisés par la loi à posséder les réseaux câblés , furent contraints de céder ainsi la gestion de leur programmation . Dans le même sens , une Municipalité pouvait contrôler le plan d'aménagement du réseau , mais pas la nature des programmes proposés , ni les modalités de leur commercialisation .

L'adoption de cette loi par le Congrès eut surtout comme conséquence de renforcer la concurrence entre les réseaux câblés et les "networks"⁷, ces derniers , constatant une érosion sensible de leur audience s'efforcèrent de faire pression sur les membres du Congrès afin de retarder le vote . Le renforcement de la libre circulation des programmes des réseaux câblés à travers tout le pays , pouvait laisser craindre en effet aux "networks" qu'une concurrence ne s'exerçât sur l'ensemble du territoire américain .

§ 2.1.2 : LE "12-12-12 RULE".

L'action menée par la FCC en faveur de la concurrence ou contre une concentration qui serait contraire à l'intérêt public fut inaugurée par la "7-7-7 Rule" de 1953 . Celle-ci interdisait à une même personne ou à un même groupe de posséder ou de contrôler ("owned and operated" , "o and o") au total plus de sept stations TV , dont un maximum de cinq stations VHF⁸ ; c'est à cette réglementation que se substitue le "12-12-12 Rule" . Dès son adoption , fin 1984, par la FCC , la réglementation fut immédiatement applicable pour la radio , mais il fallut attendre le 1er Avril 1985 pour que cette dernière s'appliqua réellement à la télévision . Désormais , aucun "network" ne pouvait inclure plus de douze stations "o and o" , dont un maximum de 5 VHF , et à condition que leur audience potentielle ne dépassât pas 25 % de l'audience nationale .

Un certain nombre d'autres dispositions ont été adoptées par la FCC entre 1953 et 1985 , qui avaient comme seul et unique but la restriction de la concentration dans les médias .

Depuis 1982 , les partisans de la "dérégulation" , essentiellement les "networks" ont cherché à modifier dans un sens plus libéral plusieurs dispositions antérieures adoptées par la FCC :

- la "Financial Interest Network Rule" , interdisant à chacun des réseaux d'avoir une participation financière dans les programmes qu'ils diffusaient autres que les

⁷ M. WIRTH : "Cable's Economic Impact on Over-the-Air Broadcasting" , Journal of Média Economics , Fall 1990 , pp 39-53 .

⁸ VHF (Very High Fréquency , 30 à 300 MHz) qui s'oppose à UHF (Ultra High Fréquency , 300 à 3000 MHz) , une station UHF permet une meilleure diffusion du signal et assure un plus grand confort d'écoute qu'une station VHF mais sa valeur commerciale apparaît souvent moindre .

informations , les sports et les documentaires , et d'être intéressés à la revente de ces programmes .

- l'obligation faite aux stations affiliées de produire elles-mêmes au moins 4 heures de programmes par jour , en même temps que l'interdiction de programmer plus de 3 heures sur 4 en provenance des réseaux pendant le "Prime Time" (19 h - 23 h) .
- la "Duopoly Rule" (1964) , interdisant de posséder deux stations d'un même type (2 stations FM ou 2 TV) dans des zones de diffusion qui se recoupent .
- l'interdiction pour une station de TV hertzienne de posséder ou de contrôler un réseau câblé dans la même zone de diffusion , empêchant ainsi les networks qui couvraient le territoire américain d'avoir des intérêts financiers dans ce domaine , sauf par dérogation expresse .

§ 2.1.3 : L'AUTORISATION DE CONSTRUIRE DES SATELLITES PRIVES DE TELECOMMUNICATIONS .

Peu après sa réélection de Novembre 1984 , le Président Ronald REAGAN avait promis , dans le but de stimuler le développement des télécommunications , d'autoriser les services privés de distribution d'images par la voie de satellites à vocation internationale . Honorant cette promesse , la F.C.C délivrait , dès Juillet 1985 , une autorisation pour la construction de satellites à trois sociétés privées . En délivrant de telles autorisations à des sociétés privées , la F.C.C ouvrait la porte à la concurrence en brisant le monopole d'Intelsat , fondé en 1964 , et regroupant aujourd'hui 110 pays . L'organisation internationale risquait en effet d'être privée d'une part plus ou moins importante de ses revenus , même si les sociétés privées furent autorisées à transmettre des images , des textes ou des données à l'exclusion des communications téléphoniques . Cependant , les candidats à l'exploitation de ces services internationaux devaient encore remplir deux conditions avant que leurs autorisations ne deviennent définitives . Dans un premier temps , ils avaient l'obligation de trouver des partenaires européens pour exploiter les nouveaux réseaux , dans un deuxième temps , ils devaient se soumettre à la procédure de "coordination" prévue par l'accord fondant Intelsat et approuvé par les Etats-Unis , BAUDELLOT , EYMERY , (1994) .

Les Etats-Unis qui étaient déjà les leaders incontestés dans le secteur de la production audiovisuelle , s'étaient engagés dès le début des années 80 dans un processus de déréglementation de leur système audiovisuel . Celui-ci s'exerça surtout à travers l'action de la FCC , cette dernière permit notamment l'abolition de certaines contraintes relatives à la concentration au sein du secteur , sans que l'on puisse affirmer pour autant qu'elle a exercé une influence notable sur la déréglementation en Europe .

§ 2.2 : LA DEREGLEMENTATION DU SYSTEME ANGLAIS .

Le système "anglais" , qui servait jusqu'alors de référence à la plupart des nations européennes , devait rentrer dans une phase de déréglementation avec le retour au pouvoir des Conservateurs en 1979 , MAC QUAIL , SIUNE , (1986) . La création d'une quatrième chaîne en 1982 , bien qu'elle ait accru l'offre , s'inscrivait encore dans la logique réglementaire traditionnelle tout en apportant un premier ferment de néolibéralisme , à savoir le recours aux producteurs indépendants .

C'est essentiellement à partir de 1982 , lorsque le rapport du JICTAR⁹ mit en évidence les enjeux du développement des nouvelles technologies de communication , que le mouvement de déréglementation fut enfin amorcé . La déréglementation du câble en 1984 (modérée par la création de la Câble Authority) et celle de la réception par satellite en 1985 , la privatisation de British Telecom en 1984 ainsi que l'hypothèse d'une réforme radicale du système de financement de la BBC en 1986 sont autant d'éléments qui ont contribué à la transformation du système "anglais".

A l'exception de la création de CHANNEL FOUR en 1982 et de la privatisation de BRITISH TELECOM , les autres réformes restèrent cependant plus potentielles que réelles ; le développement des marchés du câble et des antennes collectives demeurait marginal et l'hypothèse d'un financement du service public par le paiement à la consommation semblait inexorablement abandonné .

Cependant , on pouvait estimer que les bases de l'organisation bipolaire classique sur lesquelles reposait la stabilité du système "anglais" devaient progressivement être remise en question à la suite du rapport PEACOCK (1986) . En effet , selon ce dernier , l'hypothèse d'un financement de la BBC par la publicité ayant fait long feu , le gouvernement devait envisager à moyen terme la réduction des missions du "Service Public" et l'abandon du financement par la redevance . La trilogie classique définie par Lord Reith¹⁰ dans les années 40 , (information-éducation-divertissement) devait être remplacée par un principe basée sur la notion de marché .

Ainsi pour PEACOCK , les programmes finançables par la publicité (à savoir le divertissement) devraient être réservés au secteur privé , tandis que les programmes n'intéressant qu'une partie restreinte du public (essentiellement les programmes culturels) seraient financés par un système de télévision à péage à la consommation . Dans le même temps , la Commission PEACOCK envisageait également des mesures modifiant le fonctionnement du réseau ITV . En effet , l'abandon du financement de CHANNEL FOUR par les revenus publicitaires des sociétés d'ITV pourrait conduire à

⁹ JICTAR : "Joint Industry Committee on Télévision Audience Research" , Organisme d'étude d'audience des sociétés de télévision commerciales britanniques .

¹⁰ Lord Reith fut le premier directeur général de la BBC en 1936 et le "père" de la Doctrine anglaise en matière de programmation , à la fin des années 40 , il fut par ailleurs l'un des plus farouches adversaires de la création des chaînes commerciales .

une concurrence dans le domaine de la vente d'espaces publicitaires entre ces deux organismes . Pour finir , une dernière recommandation était adressée à la fois à ITV et à la BBC les encourageant à recourir aux producteurs indépendants dans une proportion d'au moins 25 % de leur production totale .

Les débats qui eurent lieu au sein du système "anglais", provoquèrent un certain nombre de répercussions sur les dirigeants de la plupart des nations qui composaient le système "français" , contribuant à accélérer le processus de déréglementation sans qu'ils en mesurent pleinement les conséquences . Cependant , avant que celui-ci ne s'engage réellement , on s'était engagé dans un lent processus de démantèlement du monopole d'Etat .

§ 2.3 : LES PRELUDES A LA DEREGLEMENTATION DU SYSTEME FRANCAIS.

Le système "français" depuis sa création n'était pas resté inerte , dans la mesure où il s'était progressivement transformé au fil des décennies ; ces différentes mutations ne firent que précéder le vaste mouvement de déréglementation qui se produisit au milieu de la décennie 80 . Les deux facteurs d'évolution significatifs furent respectivement :

- le recours progressif des chaînes publiques à un financement publicitaire .
- le démantèlement partiel des Offices publiques de Radiotélédiffusion .

§ 2.3.1 : LE RECOURS PROGRESSIF DES CHAINES PUBLIQUES A UN FINANCEMENT PUBLICITAIRE.

A partir du milieu des années 70 , le système "français" commencera à éprouver un certain nombre de difficultés pour assurer le financement de ses activités de production . En effet , jusqu'au début des années 70 , il se caractérisait surtout par une hausse continue des recettes provenant de la redevance , celle-ci résultait directement de l'accroissement du parc des téléviseurs en noir et blanc et plus tard de celui des téléviseurs couleurs . Vers le milieu de la décennie , l'équipement des ménages en postes de télé parvenait alors à un seuil de saturation qui divergeait suivant les pays¹¹ . Dès cet instant , l'accroissement des recettes résulta essentiellement de la substitution qui s'opéra au sein du parc de téléviseurs au profit des postes en couleur ; la redevance assise sur la possession d'un tel appareil apparaissait ainsi sensiblement plus élevée . Dans le même temps , comme nous l'avons souligné dans la première section , le coût

¹¹ La période 75-80 concernait principalement les pays de l'Europe du Nord-Ouest , pour le Portugal et la Grèce , on pouvait estimer que le point de saturation se situait plutôt vers la fin des années 80 .

des programmes augmentait inexorablement , rendant nécessaire la recherche de nouvelles sources de financement , principalement les recettes publicitaires .

La solution qui consistait à autoriser les chaînes publiques à recourir dans une proportion modeste aux recettes publicitaires pour augmenter leurs ressources fut adoptée par la plupart des Etats membres . La France faisait figure de précurseur dans ce domaine car dès 1968 , l'Etat avait autorisé les chaînes publiques à diffuser des spots publicitaires de façon à ce qu'elles puissent continuer à proposer aux téléspectateurs une qualité de service sensiblement identique .

Le tableau 22 qui nous renseigne sur la place qu'occupait les revenus publicitaires dans les recettes des chaînes publiques en 1985 , indique qu'une forte proportion d'entre elles avaient eu recours aux recettes publicitaires pour combler leur besoin de financement dès cette époque . Pour certaines , la part représentée par ce mode de financement avoisinait la moitié ou dépassait même ce seuil .

Tableau numéro 22 : Part des revenus publicitaires dans les recettes des chaînes publiques en Europe en 1985 (en %).

PAYS	CHAINE	
AUTRICHE	ORF	36 , 7
BELGIQUE	RTBF	1 , 0
	BRT	4 , 1
DANEMARK	DR	0
ESPAGNE	RTVE	97 , 6
	TV3	49 , 6
FRANCE	A2	62 , 0
	FR3	18 , 0
GRECE	ERT1	21 , 2
	ERT2	80 , 8
IRLANDE	RTE	33 , 0
ITALIE	RAI	32 , 7
PAYS-BAS	NOS	35 , 1
PORTUGAL	RTP	43 , 9
RFA	ARD	12 , 4
	ZDF	37 , 0
ROYAUME- UNI	BBC	0
SUEDE	STV	0

Source : Chaînes nationales , UER ; traitement IEC .

Dans ces conditions , on pouvait réellement s'interroger sur la pérennité du secteur audiovisuel public , notamment en France , en Espagne et au Portugal , car la part prépondérante de la publicité laissait craindre l'adoption de comportements identiques à ceux des chaînes privées , légitimant ainsi la création de chaînes commerciales . En effet , l'importance de ces ressources pour les chaînes publiques renforçait d'une certaine manière , le pouvoir des annonceurs publicitaires qui acceptaient d'autant plus facilement de payer un prix fort en fonction de l'audience réalisée par la chaîne . Dans cette optique , chaque chaîne qui acceptait un pourcentage élevé de recettes publicitaires s'engageait à diffuser des programmes que l'on qualifierait de "populaire" à l'instar de ceux diffusés par les chaînes privées .

Dans le même temps , on pouvait constater que le système "anglais" s'attachait à maintenir toujours un certain cloisonnement entre les différents modes de financement pour l'ensemble de ses chaînes , la publicité au réseau ITV , la redevance à la BBC , contribuant ainsi à différencier clairement la programmation des chaînes .

§ 2.3.2 : LE DEMANTELEMENT PARTIEL DES OFFICES PUBLICS DE RADIOTELEDIFFUSION.

L'autre paramètre ayant contribué à la déréglementation du système français trouve sa source dans le démantèlement progressif des Offices publics dans les années 70-80 . L'exemple le plus représentatif nous est fourni une fois encore par la France : la manière dont les gouvernements qui se sont succédés entre 74 et 82 ont procédé pour démanteler le monopole d'Etat , nous permet de mieux comprendre les évolutions ultérieures du secteur .

Le lent processus conduisant à la disparition de l'ORTF commencera réellement dès 1969 , avec la nomination de CHABAN DELMAS au poste de Premier Ministre , ce dernier , soucieux de libéraliser le fonctionnement de l'Office après les événements de 1968¹² choisissait de mettre en place des unités autonomes d'information . Ces dernières préfiguraient en fait ce qui devait se produire quelques mois plus tard , plus précisément en Janvier 1970 lorsque cette autonomie fut étendue à la programmation toute entière . L'apparition de la troisième chaîne en 1973 ne fera qu'accentuer cette "mise en concurrence" des unités alors même que le statut juridique de l'Office restait inchangé .

Toutefois , cette relative autonomie n'entraîna pas pour autant une plus grande efficacité au niveau du fonctionnement de l'organisme , au contraire , la période qui

¹² "Mai 1968 à l'ORTF" , Comité d'Histoire de la Télévision , Fondation Nationale des Sciences Politiques , Paris , La Documentation Française I.N.A , Radio-France , 231 p .

s'étendait de 69 à 74 fut marquée par un certain nombre de conflits internes qui furent à l'origine de l'éclatement de l'Office .

La loi du 7 Août 1974 prononce la dissolution de l'ORTF en répartissant ses multiples attributions entre sept organismes distincts , indépendants les uns des autres et de nature juridique différente , FLORENSON , BRUGERE , MARTINET , (1986) .

Deux organismes héritent de la qualité d'établissement public , industriel et commercial :

- l'INA (Institut National de l'Audiovisuel) chargé de la conservation des archives et de la formation professionnelle .
- TDF (Télédiffusion de France) chargé de la mise en place et de l'entretien des réseaux qui permettent la diffusion des émissions .

Quatre sociétés nationales de programmes sont également créées dont le capital appartient entièrement à l'Etat , l'une pour la Radio , RADIO FRANCE , les trois autres pour la télévision , TF1 , ANTENNE 2 et FR 3 . Indépendantes les unes des autres , c'est aux sociétés nationales de télévision qu'incombent la conception et la programmation des émissions . Elles ont également la faculté de produire elles-mêmes des programmes dont elles peuvent , le cas échéant , céder les droits à des tiers . Les deux premières chaînes sont directement en concurrence ; FR3 en revanche avait des attributions propres en vertu de son cahier des charges : les programmes régionaux , l'expression de la diversité culturelle ou politique et la diffusion des films de cinéma . La loi avait exclu par ailleurs tout organe commun de coordination ou de direction : des réunions périodiques étaient simplement prévues entre les directeurs afin d'écarter les dangers d'une absence totale d'harmonisation" entre les programmes .

Pour finir , la SFP (Société Française de Production) avait le statut d'une société d'économie mixte à participation majoritaire de l'Etat .

L'éclatement de l'ORTF contribuera à introduire progressivement une certaine forme de concurrence entre les chaînes , alors même que ce principe était censé demeurer toujours absent dans un environnement marqué par l'omniprésence de l'Etat .

L'adoption de la loi du 29 Juillet 1982 sur l'Audiovisuel¹³ résultant du changement de majorité intervenue l'année précédente , devait constituer une étape supplémentaire et décisive sur la voie de la déréglementation du système audiovisuel . En effet , celle-ci aboutissait dans un premier temps à une remise en cause du monopole public de programmation , à la création dans un deuxième temps d'une Haute Autorité de l'Audiovisuel indépendante du Pouvoir Politique , chargée plus précisément de contrôler le fonctionnement du système .

¹³ Journal Officiel du 30 Juillet 1982 portant inscription de la Loi n° 82-652 .

Si l'existence d'une Haute Autorité démontrait une volonté manifeste de l'Etat de couper le cordon ombilical avec les chaînes , les différentes critiques qui s'exprimèrent à l'encontre de l'indépendance présumée de la majeure partie de ses membres semblaient de nature à atténuer fortement le caractère novateur d'une telle mesure . Dans ce contexte , l'intitulé de l'article 1^{er} de la Loi prenait une valeur toute particulière dans la mesure où il permettait implicitement la diffusion d'images par des opérateurs privés .

Article 1^{er} de la loi du 29 Juillet 1982 :

- *"La Communication Audiovisuelle est libre".*
- *"La Communication Audiovisuelle est la mise à disposition du public par voie hertzienne ou par câble , de sons , d'images , de documents , de données ou de message de toute nature".*

La loi du 29 Juillet 1982 , même si elle impliquait pour l'Etat de rester l'unique propriétaire des réseaux hertziens , en gardant la responsabilité exclusive de l'allocation des fréquences et en autorisant la diffusion des programmes , permettait dans le même temps à certaines sociétés privées de diffuser des images en s'appuyant pour l'occasion sur l'octroi de concessions de services publics .

L'évolution de l'environnement économique international à partir du milieu des années 70 d'abord , les transformations intervenues au sein du système "anglais" ensuite , ainsi que l'apparition progressive d'une forme de concurrence entre les chaînes publiques furent de nature à accélérer le mouvement de déréglementation du système "français". Ce dernier s'appuyait à la fois sur des motifs différents et revêtait par ailleurs des modalités d'application qui divergeaient d'un pays à l'autre .

SECTION 3 : LES MODALITES DE LA DEREGLEMENTATION DU SYSTEME "FRANCAIS".

Lorsque les pays qui avaient opté pour le système "français" choisirent d'enclencher le processus conduisant à la déréglementation , deux grandes voies s'ouvraient à eux :

- agir sur le système technique , en favorisant l'émergence de nouveaux modes de diffusion comme le câble et le satellite .
- agir sur le système économique , en autorisant la création de nouvelles chaînes privées.

La première voie consistait surtout à supprimer la contrainte liée à la pénurie de canaux hertziens nécessaires à la diffusion des chaînes . En effet , le câblage d'un pays et le lancement des satellites de diffusion directe convergeaient dans le sens d'un élargissement des possibilités de diffusion , aboutissant dans le même temps à modifier le système économique , en introduisant la concurrence autrefois absente .

La deuxième voie s'appuyait par contre sur les moyens techniques existants . La déréglementation se réduisait à l'autorisation de créer de nouvelles chaînes privées , ou à privatiser certaines sociétés qui appartenaient jadis au secteur public , ou encore à modifier certaines règles du jeu inhérentes au système .

Nous allons examiner successivement les deux voies qui ont conduit les pays à déréglementer leur système audiovisuel .

§ 3.1 : LA DEREGLEMENTATION DU SYSTEME AUDIOVISUEL RESULTANT DE LA TRANSFORMATION DU SYSTEME TECHNIQUE .

A partir du milieu des années 70 , un certain nombre de pays se sont engagés dans la voie de la déréglementation en portant leurs efforts sur le système technique , leur but principal consistait à se libérer de la contrainte que leur imposait le mode de transmission hertzien en assurant la promotion du câble d'abord , du satellite ensuite . Au sein des pays qui ont privilégié cette voie , on doit distinguer deux sous-groupes , le premier constitué en totalité de petits pays¹⁴ (la Belgique , les Pays-Bas , le Danemark, l'Irlande et la Suède) , le second constitué de l'Allemagne uniquement .

§ 3.1.1 : LA DEREGLEMENTATION DU SYSTEME AUDIOVISUEL DANS LES PETITS PAYS : LA BELGIQUE , LES PAYS-BAS , LE DANEMARK , L'IRLANDE ET LA SUEDE .

Ces petits pays présentaient tout d'abord certaines similitudes concernant le fonctionnement de leur système , mais également certaines particularités au niveau de leur identité culturelle nationale .

Dans ce contexte , on pouvait dénombrer trois points de convergence qui permettaient de les classer au sein d'un même groupe :

- existence d'un marché intérieur étroit qui réduisait les possibilités pour une chaîne de télévision d'être rentable .

¹⁴ A.LANGE : "La mise en concurrence de la télévision (1980-1985)" , Thèse de Doctorat , 4 Volumes , Université de Liège , pp 366-390 .

- existence d'une forte urbanisation pour trois des cinq pays (exception faite de l'Irlande et de la Suède) .
- influence culturelle sensible en provenance des grands pays voisins (la France par rapport à la Belgique , le Royaume-Uni par rapport à l'Irlande et au Pays-Bas , l'Allemagne par rapport au Danemark et à la Suède) .

La combinaison de ces trois éléments avait conduit ces pays à privilégier le développement du câble , non pour y installer de nouvelles chaînes nationales , mais afin de permettre aux téléspectateurs de recevoir les chaînes étrangères des grands pays voisins comme la France ou le Royaume-Uni . La généralisation du câblage au milieu des années 70 avait constitué une forme de déréglementation dans la mesure où les chaînes publiques nationales étaient confrontées de fait à la concurrence des chaînes étrangères . Par ailleurs , il est curieux de constater que l'abolition effective du monopole de diffusion au sein de ces pays ne se produisit que beaucoup plus tard , en 1984 pour le Danemark , en 1986 pour la Suède , en 1987 pour les trois autres, jusqu'à ces trois dates aucune chaîne privée nationale n'avait eu l'autorisation d'émettre .

Pour résumer , on peut constater que la déréglementation dans ces pays s'est effectuée en deux temps , d'abord en brisant le monopole de diffusion des chaînes publiques à l'aide du câble , permettant ainsi la réception des programmes étrangers , dans un deuxième temps en autorisant la création de chaînes privées nationales .

On peut s'interroger sur les motivations profondes qui ont poussé les dirigeants de ces pays à agir dans ce sens , car la déréglementation a surtout eu comme conséquence de rendre plus fragiles leurs chaînes publiques , celles-ci n'étant déjà pas à l'origine très solides .

§ 3.1.2 : LA DEREGLEMENTATION DU SYSTEME AUDIOVISUEL EN ALLEMAGNE DE L'OUEST .

Dans la manière de déréglementer son système audiovisuel , l'Allemagne présentait à la fois un point commun et une différence avec les petits pays du Nord-Ouest , un point commun dans la mesure où elle avait choisi également de privilégier le système technique en favorisant la construction de réseaux câblés dans tous les pays , HUBER , (1988) . Elle affichait pourtant sa différence car contrairement aux autres pays , la promotion du câble représentait ici un maillon essentiel du développement des chaînes privées nationales .

Le système de Radiodiffusion établi en RFA en 1955 reposait sur trois grands principes:

- selon la loi fondamentale , les Länder disposaient d'une compétence presque exclusive pour légiférer en matière de radiodiffusion ; un arrêt de la Cour Constitutionnelle du 28 Février 1961 a confirmé cette compétence ;
- la Bundespost disposait du monopole de la construction et de l'exploitation des installations techniques de diffusion des signaux radioélectriques (loi sur les installations de télédiffusion du 14 Janvier 1928 , modifiée en dernier lieu par la loi du 17 Mars 1977) .
- plusieurs établissements de droit public disposaient d'un monopole de fait pour la diffusion des programmes .

Le mouvement de déréglementation en Allemagne de l'Ouest s'est réellement enclenché à partir de 1982 , date qui marquait l'arrivée au pouvoir du Chancelier Kohl à la tête d'une coalition CDU-FDP , cette dernière encourageait les Länder à adopter une législation plus libérale liée à la mise en place d'une politique nationale de développement du câble . Certains membres de la coalition considéraient par ailleurs que seule une offre accrue de programmes , a fortiori par la création de chaînes privées, pouvait stimuler le développement du câblage .

C'est dans ce contexte que dès 1984 , on verra apparaître un certain nombre de chaînes privées allemandes qui diffuseront leurs programmes en utilisant les réseaux câblés dans un premier temps , le satellite dans un deuxième temps .

Il faudra attendre pourtant 1986 , avec un arrêt du Tribunal Constitutionnel de Karlsruhe en date du 4 Novembre pour que soit formalisée la notion de "régime dualiste" (Dual Ordnung) , celui-ci reconnaissait explicitement la légalité des chaînes privées allemandes en même temps qu'il définissait les missions du service public .

§ 3.2 : LA DEREGLEMENTATION DU SYSTEME AUDIOVISUEL RESULTANT DE LA TRANSFORMATION DU SYSTEME ECONOMIQUE.

Parallèlement aux pays de l'Europe du Nord-Ouest , d'autres pays vont dans le même temps privilégier une autre voie en choisissant de transformer directement leur système économique , ce fut le cas de la France et de l'ensemble des pays de l'Europe du Sud .

La transformation du système économique pouvait s'effectuer selon deux modalités ; la première consistait à modifier la législation réglementant l'entrée du secteur audiovisuel, la seconde impliquait la création de chaînes privées sur les réseaux hertziens disponibles .

Nous allons successivement examiner les deux types de situation , la première caractérisait parfaitement bien l'Italie , la seconde illustre plutôt celle de la France , de l'Espagne , du Portugal et de la Grèce .

§ 3.2.1 : LA DEREGLEMENTATION DU SYSTEME AUDIOVISUEL EN ITALIE .

En Italie , la première remise en cause du monopole est venue de la reconnaissance par la Cour Constitutionnelle , le 10 Juillet 1974 , du caractère constitutionnel des télévisions diffusées par câble à l'échelon local , MUSSO , PINEAU, (1990) . Le processus de déréglementation sera accentué par la sentence numéro 202 de la Cour Constitutionnelle en date du 28 Juillet 1976 , autorisant les émissions radiodiffusées par voie hertzienne .

Profitant de ce nouveau contexte juridique , on va assister à la création de plusieurs centaines de télévisions locales jusqu'à atteindre le chiffre maximum de 1200 en 1982 , ce qui conduira progressivement les chaînes à exploiter le marché publicitaire local jusqu'alors laissé en friche . Cependant pour de nombreuses stations , les recettes publicitaires ne parviendront pas toujours à couvrir les coûts de programmation et les principaux groupes de presse italiens (MONDADORI-RUSCONI-RIZZOLI) ainsi que le groupe de BERLUSCONI mettront à profit cette sanction du marché , en rachetant les fréquences des stations en difficulté .

Bien que les interconnexions techniques entre les télévisions locales restaient totalement interdites , on allait assister au début des années 80 à la constitution de réseaux de la part des grands groupes de presse , ces derniers s'appuyant sur la Poste pouvaient expédier le même programme aux chaînes disséminées dans toute l'Italie afin qu'elles puissent le diffuser simultanément .

La lutte sévère que se livrèrent les trois plus grands réseaux pour la conquête de l'audience finira par profiter au groupe BERLUSCONI qui avait fondé sa stratégie sur l'achat de stocks de programmes , au prix d'un important endettement (4,5 milliards de francs environ) et d'une politique de vente d'espaces offensive et sauvage .

Dans un premier temps , il réussira à détourner des spectateurs de plus en plus nombreux des deux antennes de la RAI ; fort de cette audience , il finira par racheter en 1983 , ITALIA UNO et en 1984 , RETE QUATRO pour disposer enfin d'un empire de 5 milliards de francs (CA télévision) .

La voie empruntée par l'Italie pour transformer son système économique fit l'objet de nombreuses critiques , on lui reprochait notamment d'avoir en toute légalité permis la constitution du réseau de BERLUSCONI alors même que la loi initiale l'interdisait .

L'exemple italien nous montrait ce à quoi la déréglementation du système audiovisuel pouvait aboutir en l'absence d'un contrôle strict de la part de l'Etat . La voie empruntée par les autres pays revêtira par contre une forme sensiblement différente .

§ 3.2.2 : LA DEREGLEMENTATION DU SYSTEME AUDIOVISUEL EN FRANCE , EN ESPAGNE , AU PORTUGAL ET EN GRECE .

Contrairement à l'Italie , la France et les trois pays de l'Europe du Sud vont s'engager dans la voie de la déréglementation en prenant bien soin d'en contrôler les moindres aspects , impliquant de leur part la fixation d'un certain nombre de règles du jeu contraignantes qui s'imposeront aux nouvelles chaînes , GUILLOU , PADIOLEAU, (1988) . Si comme pour l'Italie , les transformations du système économique conduiront à la création de chaînes privées hertziennes , une divergence essentielle apparaîtra dans la mesure où cette fois-ci , l'Etat contrôlera étroitement l'attribution des fréquences aux investisseurs privés .

Le risque d'un dysfonctionnement à l'italienne apparaîtrait alors improbable , dans la mesure où chaque concession accordée par l'Etat à un opérateur privé se doublerait d'un certain nombre de contraintes ayant pour cadre la qualité des programmes et le respect d'un certain pluralisme .

En matière de déréglementation , on peut trouver curieux que la France ait emprunté le même chemin que les pays d'Europe du Sud , alors qu'elle présentait par ailleurs de nombreux points de divergence non seulement au niveau économique , mais également dans le domaine audiovisuel (moyens mis en oeuvre , infrastructures , etc) . Le contrôle étroit exercé par l'Etat sur le contenu des programmes pourrait expliquer leur comportement commun , l'héritage de la dictature dans les pays de l'Europe du Sud d'abord , l'interventionnisme du Ministère de la Communication en France dès le début des années 50 ensuite .

La couleur politique de l'instance de régulation d'une part , l'attribution des concessions hertziennes à des opérateurs privés d'autre part , ont suscité trop de critiques à l'encontre des gouvernements FABIUS et CHIRAC entre 1984 et 1987 , pour que l'on ne puisse pas y percevoir le souhait implicite de l'Etat de garder la mainmise sur le secteur .

De la même manière , la déréglementation tardive du système audiovisuel en Grèce et au Portugal s'inscrivait aussi dans cette logique de contrôle des activités audiovisuelles par l'Etat , seule l'Espagne semblait constituer une exception à la règle , dans la mesure où l'attribution des concessions aux opérateurs privés s'était faite sans susciter de critiques .

Pour être totalement exhaustif , il nous faut examiner la situation de l'Autriche et du Luxembourg qui ne rentraient dans aucun des deux schémas .

Le Luxembourg , en ayant choisi dès le départ de privilégier le secteur privé ne pouvait aucunement être assimilé au système "français" ; il a cependant suivi une voie identique à celle de ses voisins belges et hollandais en favorisant la promotion du câble , plaçant ainsi RTL dans une situation de concurrence .

L'Autriche quant à elle s'était engagée également dans un plan de câblage , mais contrairement aux autres petits pays , elle n'a pas autorisé jusqu'à présent la création de chaînes privées nationales .

En guise de conclusion , on peut estimer que le processus de déréglementation qui a affecté l'ensemble des pays européens et qui a conduit à la création d'une multitude de chaînes privées résulte d'un certain nombre de paramètres . Ces derniers sont de plusieurs natures , certains s'appliquent d'abord à des secteurs comme celui des télécommunications ou des transports ; la déréglementation se justifie alors en raison de la nette séparation qui existe entre le "hardware" et le "software" , le premier légitimant une intervention étatique en raison des conditions de "monopole naturel" qui lui sont attenantes . Cependant , d'autres éléments plus spécifiques au secteur audiovisuel comme le manque de ressources ou la volonté de l'Etat de contrôler indirectement le contenu des images semblent justifier ce mouvement . Cette mutation en profondeur du système "français" n'est pas apparue subitement comme on pourrait le croire , mais elle est le fruit d'une certaine évolution , d'abord dans la mentalité des dirigeants les conduisant à adopter des politiques plus libérales , également dans les conditions d'exploitation du secteur au sein de nombreux pays entraînant un recours progressif à un financement publicitaire . Si les motifs ayant conduit les pays à enclencher ce processus ont été à peu près identiques , en revanche les modalités d'application ont fortement divergé d'un pays à l'autre , pour la Belgique ou les Pays-Bas , la déréglementation a été le fait de la généralisation du câble qui a permis la réception de chaînes étrangères . En empruntant une voie un peu différente , la déréglementation en Allemagne de l'Ouest s'est accompagnée de la création de chaînes privées pour promouvoir le mode de diffusion par câble . Pour l'Italie , la France , l'Espagne , le Portugal et la Grèce , l'évolution s'est produite à partir du système économique , en Italie , une faille législative a engendré la multiplication de nouvelles chaînes , dans les autres pays , la déréglementation a résulté d'une volonté étatique de permettre l'entrée de nouveaux opérateurs au sein du secteur . Pourtant , un point commun caractérisait l'ensemble des pays ayant opté initialement pour le système "français" , l'apparition de nombreuses chaînes privées plaçant le secteur audiovisuel en situation de concurrence .

CHAPITRE 5 : LES STRATEGIES DES CHAINES DE TELE FACE A UN ENVIRONNEMENT CONCURRENTIEL .

Le vaste mouvement de déréglementation qui s'est produit dans la plupart des pays d'Europe au milieu des années 80 a eu une conséquence essentielle , celle d'introduire la concurrence au sein d'un secteur qui en était jusqu'à présent totalement dépourvu . Les chaînes publiques qui évoluaient auparavant à l'abri de toutes menaces de conflits , se retrouvèrent face à des chaînes privées déterminées à leur ponctionner la plus grande partie de leur audience en diffusant des émissions aux contenus plus populaires . Les objectifs initiaux des chaînes publiques et privées face à ce nouvel environnement divergeaient profondément . En effet , les chaînes publiques devaient s'efforcer de ne pas descendre en dessous d'un seuil minimum d'audience , faute de quoi elles couraient le risque de voir naître un mécontentement des téléspectateurs .

Ces derniers qui contribuaient au financement des chaînes en s'acquittant de la redevance¹ , pouvaient rechigner à financer indirectement des programmes qu'ils ne regardaient plus .

Les chaînes privées pour leur part se trouvaient dans l'obligation de maximiser leur profit , en s'efforçant de proposer des programmes affectés d'un coût réduit mais susceptibles dans le même temps de réaliser une forte audience . La poursuite simultanée des deux objectifs ne pouvait que susciter inmanquablement des tensions , un groupe de chaînes s'efforçant de réduire au maximum la part d'audience affectée à un autre groupe , ce dernier mobilisant toutes ces ressources pour ne pas disparaître . Derrière ces impératifs inhérents à chacune d'elles , se cachaient en fait deux enjeux , le premier impliquait pour une chaîne de choisir une stratégie clairement définie pouvant lui procurer un avantage sur ses autres concurrentes . Le deuxième supposait qu'après avoir choisi cette stratégie , elle réussisse à se placer dans une situation de forte flexibilité lui permettant de réagir ainsi à un environnement en perpétuel mouvement .

Afin de mieux appréhender les changements qui sont intervenus au sein du système "français" , nous orienterons ce chapitre dans trois directions . Dans un premier temps , nous ferons apparaître les quelques traits dominants de chacune des stratégies en effectuant une typologie des principales chaînes européennes en fonction de leurs comportements . Dans un deuxième temps , nous définirons l'ensemble des formes de flexibilité que l'on pourrait rencontrer dans le secteur audiovisuel . Enfin , par rapport à ces deux éléments , nous analyserons les stratégies des chaînes en prenant soin de séparer nettement les caractéristiques de la programmation de ces autres composantes .

¹ Dans l'ensemble des Etats européens , la redevance était affecté directement aux radios et Offices publics de télévision , pour la France , celle-ci se répartissait entre les sept organismes issus de la Réforme de 74 , in : Les chiffres clés de la télévision française (1988-1989) , INA et CSA , 1990 , Page 92 .

SECTION 1 : LES TRAITS DOMINANTS DES STRATEGIES "PORTERIENNES" DANS L'AUDIOVISUEL ET LES FORMES DE FLEXIBILITE .

Bien que nous ayons déjà évoqué dans la première partie les différentes caractéristiques de chacune des grandes stratégies "portériennes", notre souhait est ici d'aller plus loin en ne nous cantonnant pas uniquement au schéma classique d'analyse . En effet , les transformations du système audiovisuel "français" ont contribué à introduire certaines turbulences dans le fonctionnement du secteur considéré globalement . L'introduction de la concurrence dans un secteur autrefois absent , la multiplication du nombre d'opérateurs , l'irruption de la publicité et le plafonnement des ressources provenant de la redevance ont conduit les chaînes à s'adapter à ce nouvel environnement .

Cette adaptation consistera essentiellement à adopter l'une des stratégies "portériennes", non pas seulement pour se procurer un avantage concurrentiel mais dans certains cas pour ne pas disparaître . Le choix d'une stratégie revêt dans le domaine audiovisuel une substance particulière dans la mesure où elle implique pour une chaîne de rechercher constamment une certaine forme de flexibilité .

Notre approche apparaîtra un peu atypique aux yeux du lecteur dans le sens où elle s'appuie sur plusieurs travaux récents qui n'ont au départ aucun rapport entre eux , pour parvenir à une forme de synthèse qui consiste à regrouper au sein d'une même grille d'analyse , les stratégies "portériennes" et la notion de "flexibilité". Même si l'on peut admettre qu'une stratégie implique nécessairement une certaine forme de flexibilité, il ne nous semble pas que l'on ait souvent associé ces deux notions .

**§ 1.1 : LES TRAITS DOMINANTS DES STRATEGIES "PORTERIENNES":
UNE TYPOLOGIE DES CHAINES EUROPEENNES .**

Dresser une typologie des stratégies adoptées par les chaînes européennes peut s'avérer facile à première vue , tant l'observation quotidienne des pratiques de programmation d'une part et une connaissance élémentaire des travaux de PORTER (1980) permet de distinguer les stratégies de domination par les coûts de celle de la différenciation . Pour éviter tout risque de subjectivité , nous nous sommes appuyés sur deux contributions récentes qui séparément nous apportent un éclairage intéressant sur le champ d'étude .

La première est l'oeuvre de BUSSON (1993)², celui-ci, dans un ouvrage collectif ayant pour cadre le Management des entreprises culturelles et artistiques, consacre tout un chapitre aux stratégies et aux politiques générales d'entreprise. A cette occasion, il prend plusieurs fois comme référence les chaînes de télé sans pour autant assigner l'une ou l'autre de ces stratégies à une chaîne spécifique à l'exception notable de CANAL +, caractérisé selon lui par une stratégie de différenciation. Dans ce contexte, on peut regretter que l'auteur n'ait pas cherché à dresser une typologie des stratégies par rapport à chacune des chaînes.

La deuxième contribution est le fait de TRUFFART (1991)³, celui-ci s'est attaché à partir d'une synthèse d'un certain nombre de publications spécialisées dans l'audiovisuel à décrire les caractéristiques de 160 chaînes de télé recensées en Europe en 1988. Dans cette optique, il a axé principalement ses recherches dans trois domaines :

- la structure de la programmation des chaînes (ventilation par genre de programmes essentiellement) .
- l'origine et la répartition des ressources des chaînes (publicité , redevance , péage , part de chacune dans le montant total des ressources) .
- le pourcentage de la production propre et la part des programmes nationaux diffusés sur les écrans .

Bien que chacune des chaînes étudiées fasse l'objet d'un commentaire détaillé, il n'est fait aucunement référence à l'adoption de l'une ou l'autre des stratégies "portériennes" même si on peut aisément les appréhender.

Par rapport à ces deux contributions, notre objectif paraît simple, il consiste, en réutilisant les données de TRUFFART d'une part, en s'appuyant sur les contributions de BUSSON en matière de politique générale des chaînes d'autre part, à classer l'ensemble des chaînes européennes en fonction des stratégies adoptées. De cette manière, nous pourrions mieux apprécier les comportements des chaînes en fonction de leurs caractéristiques propres, mais également se faire une idée plus précise des turbulences susceptibles de se produire au sein de chaque pays européen.

Pour établir notre typologie, nous procéderons par étapes successives. Dans un premier temps, nous distinguerons les chaînes qui adoptent une stratégie de concentration sur un segment de celles qui cherchent à atteindre l'ensemble du champ concurrentiel. De cette manière, nous distinguerons les chaînes thématiques des chaînes généralistes, les premières adoptant une stratégie de concentration sur un segment, les secondes, l'une ou l'autre des stratégies globales.

² A.BUSSON : "Stratégie et Politique d'entreprise", page 13 à 69, in Y.EVRARD et alii : "Le Management des Entreprises Artistiques et Culturelles", Collection Economica Gestion 1993.

³ F.TRUFFART : "Guide des Télévisions en Europe", Editions Médiaspouvoirs, Numéro Hors Série, 1991.

Dans un deuxième temps , nous examinerons la nature des ressources perçues par les chaînes , nous prendrons comme principe que les chaînes qui fonctionnent selon le système du "Pay Per View" , les chaînes à péage et les chaînes qui perçoivent uniquement la redevance adopteront une stratégie de différenciation par rapport à une stratégie de domination par les coûts .

Pour finir , là où il subsiste un doute sur les stratégies adoptées par les chaînes , nous prendrons alors en compte deux autres éléments :

- le pourcentage de la production propre .
- l'importance des programmes de divertissements .

Le premier des deux paramètres nous renseigne sur la volonté des chaînes de proposer des programmes originaux qui impliquent souvent un investissement coûteux . A l'inverse , on considérera qu'une chaîne qui a massivement recours à des achats extérieurs , cherche d'abord à se procurer des programmes bon marchés et opte ainsi pour une stratégie de domination au niveau des coûts .

Le deuxième paramètre décrit parfaitement le comportement d'une chaîne qui cherche à dominer ses coûts , les émissions de divertissements présentent la particularité d'être moins onéreuses que les fictions (tournage en plateaux) tout en réalisant de forts taux d'audience .

Avant de définir les différentes phases conduisant à l'élaboration d'une typologie , on peut résumer les principaux aspects de chacune des stratégies "portériennes" applicables au secteur audiovisuel sous la forme d'un tableau .

Tableau numéro 23 : Les stratégies "portériennes" appliquées aux chaînes de télé .

DOMINATION AU NIVEAU DES COUTS	La chaîne s'efforcera de maximiser les recettes publicitaires en minimisant soit les coûts d'achats , soit les coûts de production des programmes .
DIFFERENCIATION	La chaîne s'emploiera à offrir des programmes qui présentent un caractère unique aux yeux des téléspectateurs sans obligation de faire des profits.
CONCENTRATION PAR LES COUTS	La chaîne maximisera les recettes publicitaires en diffusant des programmes peu onéreux , destinés plus particulièrement à un public ciblé .
CONCENTRATION PAR LA DIFFERENCIATION	La chaîne diffusera des programmes ciblés en faisant payer le prix aux téléspectateurs , ou en acceptant un déficit d'exploitation .

La première étape dans l'élaboration de notre typologie consiste à séparer les chaînes thématiques qui concentrent leurs efforts sur un segment particulier , des chaînes généralistes qui axent leurs stratégies sur l'ensemble du champs concurrentiel . Dans cette optique , nous allons utiliser deux types d'indice :

- l'indice de diversification encore appelé , indicateur d'HERFINDAHL⁴ qui se note :

$$D = 1 - \frac{1}{n} , \text{ où } n \text{ représente dans le cas présent , un genre de programme particulier .}$$

$$i=2$$

- le rapport de concentration qui se note $C_x = \sum_{i=1} X_i / X$.

$$i=1$$

Dans le cas présent , X_i représente un genre de programme , le rapport de concentration indiquera la part représentée par les deux principaux genres dans le volume global de diffusion .

Ainsi , en prenant en compte ces deux indices , on peut effectuer un premier tri entre les chaînes thématiques et les chaînes généralistes , un indice de différenciation égal à 0 ou à 0,5 caractérise une chaîne thématique ; par exemple EUROSPOORT qui ne diffuse que des émissions sportives ou MCM qui ne diffuse que de la musique ont un indice égale à 0 , (Cf Annexe 3) . D'autres chaînes comme KINDERNET qui diffuse à la fois des émissions éducatives et des émissions pour la Jeunesse obtiennent un indice de 0,5 ($1 - 1 / 2 = 0,5$) . A l'inverse , plus les chaînes ont un indice qui se rapproche de 1 , plus elles apparaissent généralistes .

Si l'on admet forcément qu'une chaîne thématique opte pour une stratégie de concentration sur un segment , l'indicateur d'HERFINDAHL ne nous permet pas de juger de l'importance respective de chacun des programmes dans la grille des chaînes . Dans ces conditions , une chaîne peut diffuser dix genres de programmes mais dans le même temps , consacrer les deux tiers de son temps à la diffusion d'un seul , laissant apparaître alors un indicateur qui se rapproche de 1 , alors qu'elle ne peut être aucunement assimilée à une chaîne généraliste . C'est pourquoi , il nous faut prendre en compte le rapport de concentration qui mesure le poids des deux programmes les plus diffusés par rapport au volume global de diffusion ; on considérera qu'un rapport supérieur à 0,66 implique l'adoption d'une stratégie de concentration sur un segment par une chaîne . L'utilisation de cet indicateur nous montre que des chaînes comme CANAL + et ARTE rentrent dans cette catégorie avec des rapports qui avoisinent les 70 % , la première étant entièrement orientée vers la diffusion de films et de fictions , la seconde vers les programmes culturels .

Ayant établi une première distinction entre les chaînes qui choisissent une stratégie de concentration et celles qui optent pour une stratégie globale , il convient

⁴ Y.MORVAN : "Fondements d'Economie Industrielle" , Page 136 et 213 , Editions Economica , 1991 .

d'aller plus loin en distinguant celles qui optent pour la domination par les coûts et celles qui s'appuient sur la différenciation . L'élément distinctif réside dans l'origine des ressources dont disposent les chaînes . Ainsi , si l'on considère qu'un programme de télé est offert gratuitement aux téléspectateurs , on peut admettre que tout mécanisme qui implique une contribution volontaire de leur part (Pay per View ou Péage) reflète une stratégie de différenciation . Le prix à payer représente dans le cas présent la marque de cette différenciation , on paye ce qu'on pourrait avoir gratuitement en espérant que le programme sera différent de celui auquel on est habitué . Dans ce contexte , des chaînes comme CANAL+ et PREMIERE rentrent dans cette catégorie , par contre , des chaînes comme celles qui appartiennent à la CLT⁵ se placent quant à elles résolument dans une stratégie de domination par les coûts .

La nature des ressources permet également de distinguer les chaînes généralistes qui optent pour l'une ou l'autre des stratégies . Ainsi , on admettra que celles qui ne disposent que de la seule redevance comme ressources choisissent une stratégie de différenciation . Celle-ci devient possible en raison de la déconnexion entre le taux d'audience et les recettes des chaînes , ces dernières peuvent différencier considérablement leur programmation en satisfaisant des catégories de téléspectateurs peu nombreux , sans crainte de voir diminuer le montant des ressources financières .

On peut estimer que les chaînes publiques anglaises , hollandaises , danoises , suédoises et autrichiennes cadrent parfaitement avec ce type de stratégie .

Toutefois , on peut constater qu'une grande partie des chaînes publiques ont recours massivement à la publicité depuis le début des années 70 (cf Chap 4) . Dans ces conditions , il nous faut introduire un autre paramètre qui est matérialisé par la part des programmes de divertissements dans le volume global de diffusion , celui-ci caractérise parfaitement le comportement des chaînes commerciales qui s'attachent à maximiser leur profit en diffusant des émissions peu onéreuses mais capables de générer une forte audience . Ainsi , plus cette part sera élevée , plus on pourra dire qu'une chaîne a opté pour une stratégie de domination par les coûts . L'intérêt d'introduire cet élément supplémentaire réside dans la difficulté de distinguer clairement les comportements des chaînes publiques financées en grande partie par de la publicité , de celui des chaînes commerciales . On admettra ainsi qu'une chaîne publique qui perçoit une part importante de recettes publicitaires adopte quand même une stratégie de différenciation si , dans le même temps , la proportion de divertissements reste faible , tel était le cas d'ANTENNE 2 et de FR3 en 1988 .

Après ces remarques préalables à l'établissement d'une typologie , on peut faire apparaître l'ensemble de ces résultats dans un tableau synthétique .

⁵ La CLT (Compagnie Luxembourgeoise de Télévision) représente la maison mère de RTL , elle possédait en outre en 1988 , toute une série de chaînes en Europe , M6 en France , RTL + en Allemagne et RTL.TVI en Belgique .

Tableau numéro 24 : Typologie des chaînes adoptant les stratégies "portériennes" .

STRATEGIE DE DOMINATION AU NIVEAU DES COUTS	Chaînes privées généralistes : TF1 , ITV , ITALIA 1 , RETE 4 , CANALE 5 , CANAL CINCO , etc .
STRATEGIE DE DIFFERENCIATION	Chaînes publiques généralistes : BBC , FRANCE 2 et 3 , RTBF , ARD , ZDF , RAI , RTVE .
STRATEGIE DE CONCENTRATION PAR LA DOMINATION AU NIVEAU DES COUTS .	Chaînes thématiques privées : M6, EUROSPORT , chaînes musicales , ensemble des chaînes affiliées à la CLT .
STRATEGIE DE CONCENTRATION PAR LA DIFFERENCIATION .	Chaînes thématiques publiques : ARTE , TV5 , EINS PLUS . Chaînes à Péage : CANAL + , PREMIERE .

L'étude du tableau 24 nous montre que l'ensemble des chaînes en Europe s'évertuaient à adopter l'éventail complet des stratégies . Les chaînes généralistes qui disposaient de beaucoup de moyens , se positionnèrent d'emblée sur la totalité du segment en cherchant à satisfaire le plus grand nombre de téléspectateurs .

Les chaînes thématiques pour leur part n'avaient pas la possibilité en raison de leurs faibles moyens de concurrencer les chaînes généralistes sur la totalité du segment , c'est ainsi qu'elles choisiront de privilégier la diffusion d'un certain type de programmes ou encore de ne satisfaire qu'une seule catégorie de téléspectateurs (les jeunes , par exemple) .

Un point commun rassemblait pourtant toutes ces chaînes , il impliquait de rechercher par tous les moyens l'ensemble des facteurs conduisant à la réalisation d'économies , l'adoption d'une stratégie se doublait dans le même temps de la recherche d'une plus grande flexibilité .

§ 1.2 : LES DIFFERENTES FORMES DE FLEXIBILITE DANS LE SECTEUR AUDIOVISUEL .

L'apparition de la concurrence entre les chaînes de télévision les obligera à s'adapter continuellement à cet environnement devenu beaucoup plus instable , l'adoption de l'une ou l'autre des stratégies "portériennes" passera nécessairement par la recherche d'une plus grande flexibilité . Inclure ainsi l'analyse de la flexibilité telle qu'elle fut mise en valeur par les travaux d'ACHILLE et d'IBANEZ-BUENO (1994)⁶

⁶ Y.ACHILLE , J.IBANEZ-BUENO : "Les télévisions publiques en quête d'avenir" , Page 125-127 , Collection PUG , 1994 .

dans leur ouvrage sur le devenir des chaînes publiques , nous permet d'enrichir encore l'analyse "portérienne" en l'adaptant parfaitement à notre cadre d'étude .

Ces deux auteurs distinguent en fait sept formes de flexibilité qui peuvent s'appliquer au secteur audiovisuel :

- l'organisation de la production .
- l'organisation de la programmation .
- la polyvalence des travailleurs .
- la mobilité des travailleurs .
- la flexibilité institutionnelle .
- la flexibilité géographique nationale .
- la flexibilité internationale .

§ 1.2.1 : L'ORGANISATION DE LA PRODUCTION .

La flexibilité dans l'organisation de la production consiste à ajuster la réalisation des fictions à une demande variable . Elle repose d'abord sur une polyvalence des infrastructures , c'est à dire que les bâtiments appartenant aux chaînes de télé sont susceptibles de servir à plusieurs usages , (administration , production et diffusion , etc) . Si l'on s'intéresse plus particulièrement à la production de fictions , on constate que la flexibilité peut prendre deux formes , l'une que l'on pourrait qualifier d' "interne", l'autre que l'on pourrait qualifier d' "externe" .

La flexibilité "interne" implique d'abord que les équipements (studios) ou les équipes de tournage soient susceptibles de produire à la fois des fictions , de l'information , des variétés et des jeux ; elle suppose également une informatisation de la production (aide à la création de scénarios , organisation du tournage , estimation des coûts , etc) .

La flexibilité "externe" quant à elle consiste d'une part à déconcentrer les unités de production (éclatement en petites sociétés de production aux structures beaucoup moins lourdes) , d'autre part à recourir le cas échéant à la sous-traitance (ciné , séries et jeux) .

§ 1.2.2 : L'ORGANISATION DE LA PROGRAMMATION.

La flexibilité dans l'organisation de la programmation réside dans l'aptitude à modifier la grille des programmes en fonction des variations de la demande . Elle repose sur trois piliers essentiels :

- l'existence d'une forme de péréquation financière à l'intérieur de la grille (cases à fortes ressources publicitaires qui financent des cases à faible potentialité) .

- la décomposition en unités de programmes plus ou moins autonomes .
- la possibilité de modifier rapidement la grille des programmes pour augmenter les recettes publicitaires en fonction du taux d'audience , en s'appuyant notamment sur les principes respectifs de la contre et de l'anti-programmation⁷ .

§ 1.2.3 : LA POLYVALENCE DES TRAVAILLEURS .

Cette forme de flexibilité s'appuie sur la possibilité de rendre les travailleurs adaptables à des tâches variées simples ou complexes . Cette polyvalence est susceptible de s'appliquer indifféremment aux animateurs de talk-shows , aux journalistes et aux présentateurs météo , aussi bien qu'aux techniciens .

§ 1.2.4 : LA MOBILITE DES TRAVAILLEURS .

La mobilité des travailleurs implique de rendre possible des variations de l'emploi en fonction de la conjoncture interne ou externe , elle peut prendre plusieurs formes :

- le recours au licenciement et à la mise en préretraite d'un certain volume de personnels.
- l'appel au salariat intérimaire .
- le recours accru aux rémunérations de type pige et cachet .
- l'augmentation des emplois à temps partiel .

§ 1.2.5 : LA FLEXIBILITE INSTITUTIONNELLE .

Ce type de flexibilité permet aux chaînes de s'affranchir des règlements publics qui limitent l'autonomie de leur gestion . Elle peut revêtir une multitude de formes :

- la baisse des obligations inhérentes à une chaîne en matière de quotas de production .
- la baisse de ces mêmes obligations en matière de quotas de diffusion .
- la possibilité d'augmenter le recours à la publicité (la limitation des secteurs interdits , la baisse des limitations horaires , etc) .
- l'ouverture possible à d'autres secteurs qui offrent par ailleurs des possibilités de synergie (Pay TV , présence au sein des réseaux câblés , etc) .
- la baisse des taux d'imposition ou de taxation .

⁷ Appelées respectivement "counter programming" et "compétitive programming" , elle consiste pour la première à mettre une émission visant un public "A" en face d'une émission attirant un public "B" , pour la seconde à offrir le même type d'émission que la chaîne concurrente . R.BLUM , R.LINDHEIM : "Prime Time Network Télévision Programming" , Boston , Focal Press , 1987 , 226 p .

- la possibilité de percevoir des subventions d'une part , la prise en charge de certaines dépenses par l'Etat (construction d'émetteurs dans des zones non couvertes par l'équipement hertzien existant , etc) .

§ 1.2.6 : LA FLEXIBILITE GEOGRAPHIQUE NATIONALE .

Cette forme de flexibilité suppose une adaptation à l'apparition d'une demande locale ou alors d'une concurrence locale . Elle repose principalement sur trois composantes :

- la création ou la modification de structures décentralisées (existence de bureaux régionaux , etc) .
- la "syndication" de télévisions indépendantes avec des décrochages locaux de la programmation nationale (Italie) .
- l'existence d'une structuration en réseaux nationaux et l'apparition des pratiques du "Bartering"⁸ .

§ 1.2.7 : LA FLEXIBILITE INTERNATIONALE .

La flexibilité internationale implique une adaptation aux spécificités nationales d'une clientèle internationale , elle repose sur un principe essentiel :

- la création d'émissions destinées au marché international susceptibles d'être adaptées localement (magazines d'information , variétés , téléfilms , séries , etc) .

Parvenir à répondre à cet objectif implique de la part de la chaîne , une parfaite connaissance des caractéristiques socio-économiques du marché étranger vers lequel le programme sera exporté . Le degré de flexibilité sera d'autant plus grand qu'il y aura des marchés étrangers à atteindre . Cela passe bien souvent par la "multi-réalisation" , c'est-à-dire la production d'un programme de base mais au sein duquel on change certaines de ses caractéristiques , par exemple le tournage d'une fiction en plusieurs langues afin d'éviter le recours au doublage . On peut citer également le cas de la réalisation de certaines séries , pour lesquelles on prendra soin d'édulcorer les images violentes ou érotiques dans le but d'une exportation ultérieure vers les Etats-Unis ou en direction de certains pays musulmans .

⁸ Le "Bartering" désigne les pratiques relatives au "barter" , le vocable qui désigne le troc" , il s'agit dans le cas de la télévision , des modalités de vente de l'espace publicitaire contre des émissions , on l'appelle parfois "advertiser-supported-syndication" , in F.MARIET : "La télévision américaine , Médias , Marketing et Publicité" , Collection Economica Gestion , 1992 .

SECTION 2 : LA RECHERCHE DE LA FLEXIBILITE PAR LES CHAINES DE TELE .

L'ensemble des stratégies "portériennes" comportent un certain nombre de caractéristiques , nous avons choisi de les passer chacune en revue en prenant soin à chaque fois de les rattacher aux différentes formes de flexibilité qui existent au sein du secteur audiovisuel .

§ 2.1 : LA FLEXIBILITE DANS LA STRATEGIE DE DOMINATION PAR LES COUTS .

La stratégie de domination par les coûts place une chaîne de télé face à deux alternatives : soit elle essaye de maximiser l'audience pour chaque programme qu'elle diffuse , en prenant soin de compresser l'ensemble de ses coûts , soit elle s'emploie à réduire ses coûts en estimant qu'elle ne peut accroître sensiblement son audience .

La première alternative est étroitement liée à la programmation et constituera l'objet de la section suivante , la seconde concerne plutôt l'ensemble des autres domaines d'activités de la chaîne et fait l'objet de la présente section . Dans ce contexte , on peut considérer que les chaînes ayant opté pour ce type de stratégie accentueront plus particulièrement leurs efforts sur les formes de flexibilité suivantes :

- l'organisation de la production .
- la polyvalence des travailleurs .
- la mobilité des travailleurs .
- la flexibilité internationale .

§ 2.1.1 : L'ORGANISATION DE LA PRODUCTION DANS LA STRATEGIE DE DOMINATION PAR LES COUTS .

L'une des caractéristiques essentielles des chaînes privées généralistes implique d'abord de parvenir à une organisation optimale de la production ; celle-ci passe par la mise en place de plusieurs éléments qui conduisent à limiter les pertes de temps , susceptibles d'atténuer les gains de productivité .

Cela passe tout d'abord , par le regroupement au sein d'un lieu unique de l'ensemble du personnel administratif , des journalistes , animateurs y compris d'une grande partie du personnel de production (chargés de la régie finale et de la réalisation du journal télévisé) . Lorsque l'on examine la situation respective d'ITV , de TF1 et des chaînes du réseau de BERLUSCONI , on constate qu'elles ont regroupé l'ensemble de leurs

activités à l'intérieur d'immeubles situés à la périphérie des grandes villes . De cette façon , elles réalisent une première source d'économie en acquittant un loyer moindre lié à l'éloignement du centre-ville , ou aucun loyer lorsque la chaîne apparaissait dans le même temps propriétaire des lieux⁹ .

Dans le même temps , une deuxième source d'économie existait aussi tout en revêtissant une forme indirecte , celle-ci consistait à réduire en fait les coûts de transports entre les lieux de décision et d'exécution . Une distance réduite entre ces deux lieux permettait de lutter plus efficacement contre les "X inefficiences" , c'est-à-dire des comportements marqués essentiellement par une réduction de l'effort des individus face aux tâches qui leur sont assignées , LEIBENSTEIN (1980)¹⁰ .

La polyvalence des infrastructures s'accompagne simultanément d'une polyvalence concernant l'utilisation des studios ; les équipes de tournage peuvent s'adapter ainsi plus facilement au tournage de fictions qui s'apparentent à des types différents (téléfilms , soaps) . Dans ces conditions , il est beaucoup plus facile de réduire les coûts de production en utilisant des individus entraînés à travailler ensemble d'une manière régulière , la répétition successive des tournages engendre à la longue l'apparition d'un "effet d'expérience" .

L'un des autres aspects ayant trait à l'organisation de la production repose sur l'utilisation massive de l'outil informatique ; celui-ci s'applique plus particulièrement à deux domaines d'activité : l'aide à la conception d'une émission et le support préalable à la mise en place d'un contrôle de gestion rigoureux . Une chaîne comme TF1 faisait figure de proue dans ce domaine , en effet sa prise de contrôle par le groupe BOUYGUES s'est accompagnée de mesures visant à connaître avec exactitude l'ensemble de ses coûts de fonctionnement . Chaque responsable de service se trouvait dans l'obligation de calculer avec précision le montant des dépenses nécessaires à un reportage ou à un tournage ; l'utilisation de l'ordinateur permettait également , grâce à l'emploi d'une banque de données de retracer l'évolution des coûts sur une longue période , facilitant par la même occasion l'élimination de certains obstacles inhérents à son abaissement .

Une meilleure connaissance des coûts se doublait également d'une certaine déconcentration des unités de production ; ces dernières généralement de petite taille pouvaient s'adapter avec une certaine souplesse à la production d'émissions variées .

Un autre aspect important dans la stratégie de domination par les coûts impliquait de la part des chaînes , la signature de contrats qui les liaient durablement avec des animateurs qui se trouvaient être en même temps , les producteurs de leur propre

⁹ C'est le cas de TF1 qui a quitté la Rue Cognacq-Jay située en plein centre de Paris pour rejoindre en 1992 de nouveaux bâtiments dans la proche banlieue parisienne à Boulogne-Billancourt . TF1 comme les chaînes du réseau de S.BERLUSCONI sont propriétaires des locaux .

¹⁰ H.LEIBENSTEIN : "Organizational or Frictionnal Equilibrium , X.Efficiency and the Rate of Innovation" , Quarterly Journal of Economics , Novembre , v 82 , n° 4 , pp 600-623 , 1980 .

émission . Cette situation semblait s'appliquer particulièrement à la France et notamment à TF1¹¹ , cette dernière avait ainsi délaissé progressivement depuis 1987 une partie de sa production à des producteurs qui lui étaient indirectement rattachés . ROSIER , (1995) . Ce système présentait un double avantage , dans la mesure où il incitait d'abord le producteur-animateur à fournir une émission de qualité tout en veillant à ne pas dépasser un certain coût . Dans le cas contraire , il courait le risque de voir son émission déprogrammée en raison des contraintes liées aux taux d'audience , ce qui représentait pour lui une double perte : son salaire d'animateur d'abord et ensuite une part du chiffre d'affaires de sa société dont il percevait une partie des bénéfices .

Ce principe présentait aux yeux de la chaîne un autre avantage pourtant moins perceptible de prime abord : la signature d'un contrat de longue durée permettait indirectement à la chaîne de se prémunir contre une hausse de la cote d'un de ces animateurs . En effet , lors de la signature d'un contrat de courte durée , la chaîne peut s'attendre à ce que l'animateur cherche à faire monter les enchères lors d'un éventuel renouvellement menaçant même de passer à la "concurrence". Dans le cas présent , si un animateur venait à connaître un grand succès , le contrat ne pourrait pas forcément être renégocié avant un certain temps impliquant alors pour la chaîne l'octroi d'un bénéfice (hausse de l'audience engendrée par l'animateur sans hausse de salaire) .

Cependant le recours à des producteurs affiliés n'est pas la seule solution privilégiée par les chaînes , l'appel à des producteurs indépendants constitue bien souvent une autre possibilité largement utilisée par elles-mêmes . Sans doute doit-on y voir , dans le cas présent l'application bien avant l'heure , par les chaînes privées , du principe du "Producer Choice"¹² , terme anglais signifiant "choix du producteur" et désignant un mode d'organisation de la production adoptée par la BBC à partir de 1991. Ce concept repose sur une idée centrale qui tourne autour d'une mise en compétition constante entre les ressources internes et les ressources externes d'une chaîne . Chaque fois que le producteur d'une émission peut trouver des solutions moins onéreuses à l'extérieur , il est contraint d'effectuer ce choix , car tout dépassement de budget se traduit automatiquement par des coupes dans le financement des productions suivantes .

Le recours à la sous-traitance de la part des chaînes privées n'est pas autre chose que l'application de ce principe dans les faits , l'appel à des sociétés indépendantes pour la couverture de certains événements sportifs (football) d'une part , les commandes régulières adressées à des compagnies indépendantes d'autre part , semblent légitimées par le souci d'une plus grande efficacité dans la gestion courante .

¹¹ L'application d'un principe identique entre 1994 et 1996 sur FRANCE 2 , nous montre que ce système rencontre toutefois un certain nombre de limites dans la mesure où il nécessite un contrôle rigoureux des dirigeants faute de quoi certains animateurs seraient tentés de ne pas respecter les règles .

¹² "Producer Choice for the BBC" , BBC , rapport interne , Londres , Mai 1992 .

§ 2.1.2 : LA POLYVALENCE DES TRAVAILLEURS DANS LA STRATEGIE DE DOMINATION PAR LES COUTS .

L'une des particularités des chaînes privées généralistes réside dans l'utilisation multiple d'une partie de leur main d'oeuvre hautement qualifiée , les animateurs et les journalistes en l'occurrence . Ces deux professions présentent la particularité d'appartenir à la catégorie appelée ordinairement "superstars" , celle-ci se caractérise d'abord par un coût du travail extrêmement élevé sans commune mesure avec la quantité de travail effectivement dispensée . Mais dans le même temps , elle représente aussi l'image de marque de la chaîne , susceptible , à elle seule de fidéliser une partie des téléspectateurs¹³ . Pour résoudre ce dilemme qui mêle à la fois un coût de la main d'oeuvre élevé avec de sérieuses opportunités de gains , une seule solution s'impose réellement : l'affectation des vedettes à la présentation de plusieurs émissions ou plus simplement à leur promotion .

Le premier cas est le plus courant , même s'il prend parfois des formes sensiblement différentes dans la mesure où un individu qui exerce ordinairement la profession de journaliste peut se retrouver animateur d'une émission (PERNAUD , ZABEL , etc) . La deuxième variante apparaît de plus en plus utilisée , elle repose sur un principe très simple qui consiste à inviter régulièrement les stars de la chaîne à participer à une émission en espérant que leur simple présence suffira à réaliser des taux d'écoute élevés.

§ 2.1.3 : LA MOBILITE DES TRAVAILLEURS DANS LA STRATEGIE DE DOMINATION PAR LES COUTS .

La gestion quotidienne de la main d'oeuvre constitue l'un des piliers essentiels de ce type de stratégie , trop souvent accusée de regrouper en son sein un effectif pléthorique . La diminution de la masse salariale demeure impérative pour une chaîne désireuse de rentabiliser son exploitation . Les instruments mis à leur disposition sont relativement variés , passant tantôt par la suppression complète de certains postes , tantôt par le recours à l'emploi de pigistes et de travailleurs à temps partiel .

Lorsque l'on examine l'attitude des chaînes privées face au problème posé par les effectifs , on peut mettre en évidence deux cas de figure , celui qui concerne d'abord une chaîne qui vient de se créer , celui qui s'applique ensuite à un réseau déjà ancien ou encore à une chaîne privatisée . Les instruments choisis dans les deux cas divergeront sensiblement car , lorsque des opérateurs se décident à investir dans la création d'une nouvelle chaîne , ils doivent veiller avant tout à adapter d'emblée la main d'oeuvre à

¹³ L'exemple le plus représentatif nous est fourni par les chaînes de S.BERLUSCONI en Italie qui ont cherché au milieu des années 80 à attirer massivement les vedettes de la RAI en leur proposant des salaires mirobolants , in P.MUSSO , G.PINEAU : "L'Italie et sa télévision" , Collection INA/Champ Vallon , Paris , 1990 .

leurs besoins réels . Les moyens habituellement utilisés apparaissent très simples , ils impliquent l'embauche d'un nombre minimum de salariés permanents à temps complet , en même temps que le recours massif à l'utilisation d'un personnel intérimaire . De cette manière , la chaîne peut ajuster ces effectifs à la hausse ou à la baisse suivant l'évolution de son activité , en cas de disparition prématurée , elle réduira ainsi ses coûts de sortie matérialisés par le paiement des indemnités liés au licenciement économique . Dans le cas contraire , elle a tout le loisir de proposer aux personnels intérimaires d'être intégrés durablement au sein de la chaîne .

Pour un réseau déjà ancien comme celui d'ITV ou pour une chaîne privatisée comme TF1 , la situation apparaît plus complexe dans la mesure où l'on risque de se retrouver face à des effectifs très importants . Dans ces conditions , la solution qui était généralement privilégiée impliquait de procéder à des licenciements massifs ou à la mise en préretraite de certains salariés qui ne disposaient pas d'affectation précise . C'est le moyen qu'ont effectivement appliqué les responsables de TF1 lorsqu'ils ont hérité de la chaîne publique en 87 , celle-ci fonctionnait auparavant sous le régime du "Service Public" caractérisé par la présence d'un effectif important . Pendant les cinq années qui ont suivi la privatisation de TF1 , les dirigeants se sont employés à réduire progressivement les effectifs de la chaîne pour parvenir à le stabiliser définitivement en 1992¹⁴ . Dans le même temps , on s'efforça également de remplacer le personnel permanent par des pigistes , notamment au niveau des effectifs affectés à la Direction de l'Information , ces derniers présentaient l'avantage de n'être payés qu'en fonction du nombre de jours effectivement travaillés , (en fait 21 jours par mois au maximum à raison de 500 francs par jour , soit 10500 francs) .

De plus , la pression très forte sur le marché de l'emploi plaçait les dirigeants de la chaîne dans une position extrêmement favorable , l'absence de débouchés pour les jeunes issus des écoles de journalistes les empêchait de pouvoir négocier des conditions d'embauche satisfaisantes .

Il aurait été intéressant de posséder des éléments de comparaison avec les autres chaînes privées en Europe , malheureusement les seules études disponibles concernent les effectifs des chaînes publiques ; on peut penser cependant que des cas de figures semblables se sont réalisés , notamment en Italie et au Royaume-Uni .

¹⁴ La diminution des effectifs a connu une accélération à l'occasion du transfert du siège de TF1 vers Boulogne-Billancourt , à cette occasion , une centaine de salariés n'ont pas souhaité rejoindre les nouveaux locaux et ont fait ainsi l'objet d'une procédure de licenciement , entretien de l'Auteur avec Monsieur IVERNEL , DRH Adjoint de TF1 , le 27 Mars 1992 .

§ 2.1.4 : LA FLEXIBILITE INTERNATIONALE DANS LA STRATEGIE DE DOMINATION PAR LES COUTS .

Le dernier élément qui caractérise l'adoption d'une stratégie de domination au niveau des coûts réside dans la recherche de débouchés internationaux . En effet , on constatait que la plupart des pays européens ne disposaient pas d'un marché intérieur de taille suffisante pour rentabiliser les fictions produites . Si cela ne constituait pas un réel problème pour une chaîne publique , en revanche cette situation semblait beaucoup plus problématique pour une chaîne privée qui faisait l'effort d'investir dans la production , en espérant en tirer un profit substantiel . En raison de certaines restrictions concernant la perception des recettes publicitaires , une chaîne privée se trouvait dans l'obligation de rechercher des débouchés extérieurs en vendant ses fictions à l'étranger , ce qui impliquait pour elle de veiller à ce que ses produits puissent ainsi capter une audience suffisante dans d'autres pays .

Il nous semble utile , afin de mieux comprendre la recherche de débouchés extérieurs par les chaînes , de s'attarder un moment sur les restrictions concernant la perception des recettes publicitaires , celles-ci prennent essentiellement deux aspects¹⁵ :

- un aspect quantitatif (le nombre de spots étant limité à une durée moyenne par semaine , par exemple , 20 minutes en Allemagne de l'Ouest , il peut faire aussi l'objet d'une limitation durant une tranche horaire , c'est le cas le plus fréquent , par exemple , 6 minutes par heures en France) .
- un aspect qualitatif (certains produits étant interdits d'antenne : par exemple , le tabac, l'alcool , les produits pharmaceutiques et la publicité pour les représentations cinématographiques) .

§ 2.2 : LA FLEXIBILITE DANS LA STRATEGIE DE DIFFERENCIATION .

Ce deuxième type de stratégie présente un point commun avec la précédente dans la mesure où elle s'adresse également à l'ensemble des téléspectateurs . La différence avec l'autre implique qu'une chaîne publique ne soit plus dans l'obligation de maximiser ses profits , si dans le même temps les programmes qu'elle diffuse recueillent l'assentiment d'un public très large . Dans ces conditions, une solution est généralement privilégiée par les chaînes publiques , elle consiste à minimiser l'ensemble des dépenses confrontées à des recettes qui ont tendance à rester stables (plafonnement de la redevance , perception faible des recettes publicitaires , etc.) .

¹⁵ M.MAGGIORE : "La Production Audiovisuelle dans le Marché Unique" , Page 111 , Commission des Communautés Européennes , 1991 .

Par rapport aux différentes modalités qui concernent la flexibilité , la stratégie de différenciation se caractérise par les points suivants :

- une organisation de la production plutôt rigide .
- une spécialisation des travailleurs et une faible mobilité de la main d'oeuvre .
- la recherche d'une certaine flexibilité institutionnelle .
- l'existence d'une forte flexibilité géographique nationale .

§ 2.2.1 : UNE ORGANISATION DE LA PRODUCTION PLUTOT RIGIDE .

La totalité des chaînes publiques ont longtemps fonctionné sous la forme d'Offices publics dans lesquels les fonctions de production , de programmation et de diffusion étaient totalement intégrées . Le regroupement de l'ensemble des activités au sein d'un même lieu , loin de contribuer dans le cas présent à améliorer la productivité du travail a engendré l'apparition de certaines rigidités préjudiciables à une diminution sensible des coûts de production . Alors que les chaînes privées généralistes s'étaient employées à encourager la polyvalence simultanée des studios d'enregistrement et des équipes de tournage , les chaînes publiques avaient pris soin dans le même temps de différencier clairement les équipes de tournage selon les types de programmes , favorisant de la sorte une forme de spécialisation . Si cette dernière présentait incontestablement un avantage en permettant de produire des fictions de qualité, elle conduisait en revanche à un double emploi du personnel , faisant gonfler ainsi considérablement la masse salariale et a fortiori le niveau des dépenses globales .

Le sureffectif qui existait dans le secteur de la production s'accompagnait dans le même temps de l'absence d'un contrôle de gestion rigoureux de l'activité journalière . Alors que les chaînes privées s'appuyaient largement sur l'outil informatique pour connaître avec exactitude le prix de revient de leurs programmes , l'utilisation de telles méthodes d'investigation semblait totalement exclue de la part des chaînes publiques .

Une mauvaise connaissance de la nature des dépenses expliquait sans doute l'absence de recours à la sous-traitance pour une partie de la production , il s'agissait en fait d'une autre caractéristique dominante de l'organisation de la production au sein des chaînes publiques . Le non-retour à la sous-traitance renforçait encore plus le pouvoir des réalisateurs rattachés ordinairement aux Offices , ces derniers n'étaient pas disposés à accroître leur productivité car ils se savaient par ailleurs à l'abri d'éventuelles sanctions , sanctions qui auraient pris la forme d'une externalisation de la production .

§ 2.2.2 : UNE SPECIALISATION DES TRAVAILLEURS ET UNE FAIBLE MOBILITE DE LA MAIN D'OEUVRE .

Les chaînes publiques ayant opté pour une stratégie de différenciation pratiqueront une gestion de la main d'oeuvre relativement laxiste comparativement aux chaînes privées . Ce laxisme peut s'exprimer de deux manières :

- une extrême spécialisation des tâches .
- l'existence d'un effectif pléthorique .

Lorsque l'on examine le premier paramètre , on s'aperçoit qu'il est étroitement lié à l'existence d'un mode de production artisanal , celui-ci s'oppose au mode de production industriel que l'on rencontre plutôt auprès des chaînes qui privilégient la stratégie de domination par les coûts . Dans ce mode d'organisation , on veille d'abord à promouvoir la production de fictions de qualité plutôt qu'une production de masse ; il importe alors d'affecter chaque individu à une tâche très précise qui renforce en fait le caractère d'extrême spécialisation . Si cette division du travail portée à son paroxysme présentait incontestablement un avantage par rapport aux objectifs initiaux assignés aux chaînes publiques , elle empêchait en revanche la réalisation de gains de productivité significatifs qui auraient été de nature à mieux utiliser les ressources , par ailleurs très limitées .

Cette extrême spécialisation des tâches se doublait simultanément d'un autre obstacle de nature à rendre encore plus rigide la gestion des chaînes : l'existence d'un effectif pléthorique lié à l'absence d'une mobilité de la main d'oeuvre .

Cette faible mobilité des travailleurs pouvait s'expliquer essentiellement par la conjonction de deux paramètres qui semblaient spécifiques aux chaînes publiques :

- le statut particulier du personnel des chaînes publiques .
- l'existence du "placard" pour certaines catégories de salariés .

A l'inverse de la situation rencontrée auprès des chaînes privées où les salariés étaient traités pareillement à ceux évoluant dans d'autres secteurs , ceux des chaînes publiques bénéficiaient dans la plupart des pays européens d'un statut particulier assimilable en fait à celui de fonctionnaire . L'exemple le plus significatif nous est fourni par la Belgique avec la RTBF ; cette dernière représente aujourd'hui l'un des derniers organismes de Radiotélédiffusion qui maintient son personnel sous un régime statutaire, alors que les autres diffuseurs publics ont progressivement délaissé cette pratique durant les années 80 , WANGERMEE , (1990) . Au sein de la RTBF , le recrutement

du personnel contractuel s'était traduit d'abord par des engagements à durée indéterminée , puis statutaire . Le Ministère de la Fonction Publique , soucieux de créer un statut général , avait renforcé cette tendance en obligeant en 1979 , la RTBF à intégrer comme personnel statutaire près de 400 agents qui remplissaient des fonctions contractuelles alors que la plupart aurait dû garder ce statut . Aujourd'hui encore , les statuts applicables au personnel des Régions , des Communautés et des organismes qui en dépendent , considèrent le personnel temporaire comme une exception , sinon une anomalie .

Même si la RTBF constituait une sorte d'exception , caractérisée par une extrême rigidité concernant la mobilité de sa main d'oeuvre , on pouvait estimer que la plupart des chaînes publiques en Europe présentaient sensiblement le même profil jusqu'au milieu des années 80 , c'est-à-dire marquées par la présence d'une main d'oeuvre assimilée ainsi au statut de fonctionnaire .

Les multiples changements politiques qui sont intervenus dans les pays occidentaux durant les dernières décennies se sont accompagnés à chaque fois de l'embauche massive d'individus proches du Pouvoir en place , notamment en France , ces derniers conservaient presque toujours leur poste à chaque nouveau changement de majorité , CAYROL , (1986) .

Un autre élément qui caractérisait parfaitement la gestion de la main d'oeuvre au sein des chaînes publiques à cette époque , consistait à recourir systématiquement à la "mise au placard" de certains dirigeants et figures emblématiques d'une chaîne , dès lors que l'on ne souhaitait plus les voir y exercer de fonctions officielles .

La "mise au placard" reposait sur un principe très simple qui impliquait le maintien d'un salarié dans les effectifs de la chaîne , ce dernier percevait son traitement antérieur, assorti le cas échéant de tous les avantages auquel il pouvait prétendre , la différence avec sa situation précédente supposait pourtant qu'il ne puisse exercer aucune fonction à l'écran , BALLAND , MESSAGE , (1986) .

Bien que l'on ne dispose pas de données précises sur le sujet , tant celui-ci reflète une situation censée ne pas exister dans les faits , on peut penser que la généralisation de ces pratiques a entraîné un gaspillage des deniers publics depuis le milieu des années 70 dans des pays comme la France .

§ 2.2.3 : LA RECHERCHE D'UNE CERTAINE FLEXIBILITE INSTITUTIONNELLE .

Le caractère de "service public" , rattaché aux chaînes ayant opté pour une stratégie de différenciation semblait de nature à leur fournir un avantage considérable sur les autres dans la mesure où elles pouvaient entretenir plus facilement des contacts

privilégiés avec leur administration de tutelle . Dans ces conditions , il n'était alors pas étonnant de constater l'intégration d'une certaine flexibilité institutionnelle dans leur stratégie comparativement à leurs concurrentes du secteur privé .

Cette flexibilité institutionnelle revêtirait essentiellement deux formes :

- l'abaissement des contraintes liées à la perception des recettes publicitaires .
- la prise en charge par l'Etat de certaines dépenses à travers l'octroi de subventions .

La première modalité ayant trait à la flexibilité institutionnelle apparaît aujourd'hui comme la plus susceptible d'influer sur la stratégie de différenciation . En effet , la possibilité pour les chaînes publiques de percevoir une partie de leurs ressources sous la forme de recettes publicitaires à la fin des années 70 sera de nature à modifier leur comportement stratégique initial . Comme nous l'avons souligné dans le chapitre précédent , les chaînes publiques furent confrontées durant leur existence à des problèmes de financement de leurs activités , ces derniers découlant directement de la mauvaise gestion des ressources issues de la redevance et d'un ralentissement de sa progression . Dans ces conditions , les chaînes publiques en Europe firent pression sur leurs gouvernements respectifs afin qu'ils les autorisent à diversifier l'origine de leurs ressources propres ; le but recherché par les chaînes était la poursuite de leur mission initiale dans des conditions identiques .

Paradoxalement , cette forme de flexibilité institutionnelle devait engendrer un certain nombre d'effets pervers en détournant progressivement les chaînes publiques de leur objectif basique : la diffusion d'émissions de qualité différentes des programmes proposés par les chaînes privées . En effet , le poids de plus en plus important pris par la publicité sur certaines chaînes publiques les a conduites progressivement à adopter des comportements semblables à celles des chaînes privées , en proposant des programmes susceptibles de capter une forte audience .

Les critiques , notamment celles émanant des milieux intellectuels , sur la qualité des programmes proposés par les chaînes publiques les ont amenées à rechercher une autre forme de flexibilité institutionnelle : la prise en charge par l'Etat de certaines dépenses à travers l'octroi de subventions , RASAMOELA , LE CHAMPION , (1992). En effet , les chaînes publiques se sont retrouvées face à un choix cornélien : soit elles augmentaient la part des recettes publicitaires dans le total de leurs ressources , mais elles couraient alors le risque de ne pouvoir poursuivre leur stratégie de différenciation car leur programmation aurait fortement ressemblé à celle des chaînes privées . Soit , elles renonçaient à percevoir des recettes publicitaires supplémentaires en courant le risque de ne pouvoir investir suffisamment dans la production de fictions . Dans les deux cas , l'abandon de leur stratégie initiale semblait inévitable , sauf à trouver une

autre source de revenu susceptible de constituer une sorte d'abondement à leurs ressources .

Cette deuxième forme de flexibilité institutionnelle a surtout concerné les chaînes publiques françaises à la fin des années 80, celles-ci furent confrontées à la concurrence intense de TF1 qui venait d'être privatisée et menaçait à terme de les faire disparaître en raison des moyens énormes dont elle disposait .

§ 2.2.4 : L'EXISTENCE D'UNE FORTE FLEXIBILITE GEOGRAPHIQUE NATIONALE .

Lorsque l'on examine les caractéristiques d'une stratégie de différenciation , on peut considérer que la recherche d'une forte flexibilité géographique nationale en constitue l'un des éléments essentiels . En effet , la plupart des chaînes publiques en Europe se sont attachées dès le début de leur exploitation à satisfaire le mieux possible une demande locale émanant des téléspectateurs¹⁶ . Dans ces conditions , les premières chaînes publiques réservaient une partie de leur temps d'antenne à la diffusion d'émissions régionales (informations locales et émissions culturelles , etc) .

Par la suite , la multiplication du nombre de chaînes publiques correspondra aux souhaits affichés par les dirigeants de répondre directement à cette forme de demande locale ; ainsi , la création d'une troisième chaîne à vocation purement régionale en France, en Italie et en Allemagne de l'Ouest s'insérait parfaitement dans ce cadre .

L'existence d'une forte flexibilité géographique nationale permettait dans le même temps aux chaînes publiques de développer un certain nombre de synergies : des synergies au niveau de la programmation d'abord , en harmonisant la diffusion des programmes dans un souci de parfaite complémentarité . Des synergies au niveau de la production de certaines émissions spécifiques comme le journal télévisé ensuite .

En effet , lorsque l'on examinait la structure des journaux diffusés sur les chaînes nationales , on pouvait constater une forte proportion du temps d'antenne consacré aux informations régionales . L'existence d'une structure décentralisée , matérialisée par la présence de bureaux régionaux d'information , permettait d'économiser une partie des ressources ; cela concernait surtout les frais de transports des équipes de tournage , ces derniers étaient effectivement réduits compte tenu de la faible distance entre le lieu de l'événement et le lieu de diffusion .

¹⁶ P.MUSSO : "Régions d'Europe et Télévision" , Actes des rencontres de Lille organisées par le Conseil de l'Europe et le Conseil Régional Nord-Pas de Calais , Miroirs Editions , 1991 .

§ 2.3 : LA FLEXIBILITE DANS LA STRATEGIE DE CONCENTRATION SUR UN SEGMENT .

Cette troisième forme de stratégie se distingue des deux précédentes dans la mesure où elle s'applique à un segment plus étroit , par exemple , une certaine catégorie de téléspectateurs ou alors un certain type de programme . Elle présente toutefois un certain nombre de similitude avec les deux autres en privilégiant tantôt la domination par les coûts , tantôt la différenciation . Dans un souci de simplification, nous considérerons indifféremment les deux composantes de la stratégie de concentration , celle-ci se caractérise par ailleurs par un certain nombre de points communs relatifs à la flexibilité :

- une organisation de la production très souple .
- une grande polyvalence de la main d'oeuvre marquée par une forte mobilité .
- l'existence d'une certaine forme de flexibilité institutionnelle .

§ 2.3.1 : UNE ORGANISATION DE LA PRODUCTION TRES SOUPLE .

Les moyens relativement faibles dont disposaient les chaînes thématiques les obligeaient de fait à adopter une stratégie de concentration sur un segment . Dans cette optique , elles devaient s'efforcer de réduire au maximum leurs frais de fonctionnement en recherchant toutes les sources d'économies (coût de location , entretien des locaux et surtout compression des coûts de production , etc) .

La première disposition adoptée par les chaînes thématiques impliquait leur installation dans des locaux étroits . De cette manière , les responsables de ces chaînes pouvaient mieux contrôler l'activité du personnel et réduire au maximum les facteurs d'inerties susceptibles d'engendrer une faible productivité du travail . De la même façon, l'existence d'un faible effectif permettait à la chaîne de réduire considérablement son coût de location , un seul étage suffisait pour loger l'ensemble du personnel alors qu'il aurait fallu un immeuble entier pour y installer l'effectif d'une chaîne généraliste .

Si l'on excepte CANAL + qui constituait un cas à part , dans la mesure où la chaîne avait fait construire un immeuble neuf de plusieurs étages à Paris pour y regrouper l'ensemble de son personnel , on pouvait estimer que la plupart des autres chaînes thématiques avaient adopté un schéma plus conventionnel .

Une chaîne comme M6 , par exemple , avait trouvé le moyen de réduire fortement ses coûts de location en s'appuyant sur les installations de RTL qui disposait de l'ensemble des équipements nécessaires à l'enregistrement des émissions . Dans ces conditions , la

chaîne utilisait à la fois des moyens techniques et humains sans avoir besoin de les rémunérer puisqu'ils appartenaient en fait à la même société¹⁷.

L'utilisation des studios de production qui appartenaient à des chaînes plus grandes nous laisse penser que les chaînes thématiques limitaient d'une manière générale le recours à la production propre, préférant acheter une grande partie de leurs programmes à des producteurs indépendants. Cela impliquait par ailleurs que la production propre à ce type de chaînes présentait toujours des caractéristiques sensiblement identiques, (l'utilisation d'un décor interchangeable, l'absence de tournage en extérieur, etc).

§ 2.3.2 : UNE GRANDE POLYVALENCE DE LA MAIN D'OEUVRE MARQUEE PAR UNE FORTE MOBILITE.

L'adoption par les chaînes thématiques d'une stratégie de concentration sur un segment les obligeait à rechercher dans le même temps, une parfaite flexibilité de la main d'oeuvre. En effet, les moyens financiers limités dont elles disposaient les contraignaient à n'employer qu'un effectif réduit, juste suffisant pour assurer l'exploitation de la chaîne dans des conditions correctes. L'emploi d'un faible effectif s'accompagnait également d'une certaine polyvalence de chacun des salariés, ceci était particulièrement vrai pour les personnes susceptibles de passer à l'écran, les animateurs d'émissions de variétés qui présentaient plusieurs émissions au sein de la grille des programmes, les journalistes capables d'assurer à la fois la présentation du journal et des reportages. Cette polyvalence de la main d'oeuvre témoignait également du souhait des responsables d'instaurer une forte mobilité des effectifs employés, l'embauche de salariés à contrat à durée déterminée d'une part, le recours à l'emploi de pigistes d'autre part cadraient parfaitement avec ce schéma.

§ 2.3.3 : L'EXISTENCE D'UNE CERTAINE FORME DE FLEXIBILITE INSTITUTIONNELLE.

L'existence d'une certaine forme de flexibilité institutionnelle au sein d'une stratégie de concentration nous donne ici la possibilité de distinguer clairement celle qui privilégie la différenciation par rapport à celle qui cherche plutôt à dominer les coûts. En effet, les chaînes ayant opté pour la stratégie de concentration en privilégiant la différenciation, c'est le cas de CANAL + et d'ARTE, se sont employées à rechercher

¹⁷ M6 était en fait une filiale de la CLT (Compagnie Luxembourgeoise de Télévision) qui possédait RTL Télévision et la station de Radio RTL, voisine de M6 à Paris.

une flexibilité institutionnelle à travers l'octroi de subventions d'une part , la possibilité de s'affranchir de certaines contraintes légales d'autre part .

Une chaîne comme ARTE par exemple ne pourrait fonctionner sans le versement d'une subvention annuelle de la part du Gouvernement français ; celui-ci s'efforce , à travers sa participation financière de promouvoir , la diffusion d'émissions culturelles qui ne peuvent pas trouver de débouchés sur les autres chaînes . De la même manière , CANAL + n'aurait pu connaître un tel succès si , au moment de lui accorder sa concession en 1984¹⁸ , le Gouvernement français ne lui avait octroyé des conditions d'exploitation extrêmement favorables (diffusion des films après un an d'exploitation en salle , possibilité de percevoir des recettes publicitaires , etc) .

Pour les chaînes ayant choisi , dans la stratégie de concentration , de privilégier la domination par les coûts , par exemple , M6 , la flexibilité institutionnelle s'est matérialisée par la volonté de contourner par tous les moyens les obligations légales imposées aux chaînes (quotas de production , quotas de diffusion , plafonnement des recettes publicitaires , etc) . Cette flexibilité fut d'autant plus complexe à mettre en oeuvre que la plupart de ces chaînes thématiques étaient privées , c'est-à-dire peu susceptibles en fait d'être aidées par l'Etat .

SECTION 3 : LA PROGRAMMATION DANS LA STRATEGIE DES CHAINES .

Les activités de programmation au sein de chaque chaîne représentent d'une certaine manière l'élément central de leur stratégie , c'est pourquoi nous avons choisi de les traiter séparément dans cette . Chaque type de chaîne s'efforcera d'introduire le plus de flexibilité dans sa programmation , c'est-à-dire qu'elle s'efforcera de modifier la grille des programmes en fonction des variations de la demande . Pour analyser les pratiques de programmation inhérentes à chaque stratégie , nous utiliserons pour l'occasion des instruments empruntés aux sciences de gestion , plus particulièrement la matrice BCG (Boston Consulting Group)¹⁹ . Celle-ci dresse une typologie des produits en fonction de deux paramètres qu'elle va croiser : la part de marché et le taux de croissance du produit .

De cette façon , elle distinguera quatre types de produits :

- les "vaches à lait" qui représentent des produits ayant une part de marché plutôt élevé , mais un taux de croissance faible .

¹⁸ G.RIDOUX : "Une nouvelle chaîne de télévision : Canal Plus" , Revue de l'UER , n°5 , Sept 1984 , p 46 .

¹⁹ B.GOSSE , J.LECAILLON , L.DE MESNARD , JM.MONNIER : "Economie Managériale" , Edition MONTCHRESTIEN , Page 156 , 1989 .

- les "vedettes" qui caractérisent des produits ayant à la fois une part de marché et un taux de croissance élevé .
- les "dilemmes" qui désignent des produits ayant une part de marché faible , mais un taux de croissance élevé .
- les "poids morts" qui représentent des produits ayant simultanément une part de marché et un taux de croissance faible .

Transposer la matrice BCG sous sa forme actuelle pour l'étude de la programmation des chaînes est impossible , car si l'on peut connaître avec une certaine précision la part de marché moyenne réalisée par un programme , on ne parvient pas à définir son taux de croissance . Dans ces conditions , on est amené à effectuer un certain nombre de transformations qui affectent essentiellement la terminologie employée à l'origine par le BCG ; ainsi la part de marché est remplacée par le taux d'audience moyen réalisé par une émission lors de sa diffusion , le taux de croissance disparaît pour sa part au profit du coût moyen de production d'un programme .

De cette façon , on peut ainsi dresser une typologie des programmes en fonction du taux d'audience moyen réalisé par rapport à son coût de production initial , ce que l'on peut définir comme le risque d'audience :

Taux d'audience moyen réalisé lors de la diffusion d'un programme / Coût moyen de production du programme

On considérera pour les besoins de notre analyse que le taux d'audience moyen détermine le montant des recettes publicitaires pour les chaînes privées et le niveau de la redevance pour les chaînes publiques .

En nous appuyant en partie sur la terminologie utilisée par ACHILLE et IBANEZ-BUENO (1994) , on fait apparaître le tableau 25 qui montre la répartition des programmes entre quatre catégories :

- les programmes de "prestige" qui permettent à la chaîne de réaliser un taux d'audience élevé mais qui impliquent dans le même temps un coût de production élevé .
- les programmes "lucratifs" qui permettent également à une chaîne de réaliser un taux d'audience élevé , moins élevé cependant que les programmes de prestige mais qui supposent aussi un coût de production moins élevé .
- les programmes "obligatoires" qui ne réalisent pas un taux d'audience élevé et qui impliquent un coût de production élevé , moins élevé toutefois que les programmes de "prestige" .

- les programmes "nécessaires" qui impliquent un taux d'audience faible mais avec un coût de production relativement bas .

Tableau numéro 25 : Typologie des programmes diffusés par les chaînes de télé .

COUT DE PRODUCTION		
ELEVE	Journal Télévisé , Magazine d'Information . (Obligatoire)	Téléfilm , Série , Film , Sport , Variété , Reality Show . (Prestige)
FAIBLE	Magazine Culturel , Magazine Religieux , Débat Politique , Concert . (Nécessaire)	Sitcom , Soap Opéra , Talk Show . (Lucratif)
	FAIBLE	ELEVE
	TAUX	D'AUDIENCE

Source : "Les télévisions Publiques en quête d'avenir" , Y.ACHILLE et J.IBANEZ-BUENO , PUG , 1994 et Archives Personnelles de l'Auteur "Télécinérevue" , 1987 à 1996 .

§ 3.1 : LES PRATIQUES DE PROGRAMMATION DANS LA STRATEGIE DE DOMINATION PAR LES COUTS ²⁰

La stratégie de domination par les coûts adoptée par la plupart des chaînes privées généralistes peut se concevoir de deux manières :

- par une maximisation du taux d'audience , synonyme de maximisation des recettes publicitaires en supposant que le coût des programmes demeure constant .
- par une minimisation du coût des programmes en supposant par ailleurs que le taux d'audience reste constant .

Par rapport à la typologie des programmes , on peut penser que les chaînes privées privilégieront la diffusion de programmes de "prestige" et "lucratifs" , susceptibles de réaliser tous les deux des taux d'audience élevé . Par contre , les programmes

²⁰ Les trois paragraphes de cette troisième section ont été élaboré à partir des archives personnelles de l'auteur qui regroupent les programmes de télé entre 1976 et 1995 pour la France , la Belgique , le Luxembourg , le Royaume-Uni et l'Allemagne de l'Ouest . L'auteur s'appuiera également sur la contribution suivante : R.CHANCIAC , R.BOURDON : "L'Europe au Prime Time" , Médiaspouvoirs N°20 , Octobre , Novembre , Décembre 1992 .

"nécessaires" et "obligatoires" seront réduits à la portion congrue car coûteux et générant une faible audience . Lorsque l'on examine attentivement la grille des programmes des chaînes privées , on s'aperçoit qu'elles différencient nettement les trois périodes qui caractérisent habituellement la journée d'un téléspectateur :

- le "Day Time" (6 heures 30-18 heures 30) .
- le "Prime Time" (18 heures 30-22 heures 30) .
- le "Night Time" (22 heures 30-6 heures 30) .

Dans une stratégie de domination par les coûts , la période la plus importante est incontestablement celle du "Prime Time" ; en effet les programmeurs auront l'importante responsabilité de réaliser un taux d'audience maximum , ce qui les oblige à ne diffuser chaque soir que des productions de "prestige". Ces dernières étant particulièrement onéreuses , une erreur d'appréciation sur la qualité d'une émission peut faire perdre à la chaîne une quantité importante de ressources et menacer son équilibre financier si elle se reproduit régulièrement .

Face à cette tension continuelle qui pèse sur eux , les programmeurs sont contraints de rechercher des programmes qui marient à la fois , une certaine qualité sans atteindre des coûts de production trop élevés , ce qui correspond parfaitement aux fictions américaines .

Cette extrême tension sur le "Prime Time" ne signifie pas pour autant que les chaînes délaissent les deux autres périodes , ces dernières leur apparaissent en fait très utiles dans la mesure où elles leurs permettaient de rentabiliser aussi d'autres types de production .

Ainsi le "Day Time" correspond traditionnellement à une période où les chaînes privées diffusent massivement des productions "lucratives", des "soaps-opéras" et des "sitcoms" essentiellement . Ces deux types de programmes présentaient l'avantage de générer une audience certes peu élevée mais obtenue par l'intermédiaire d'un coût de production très faible , ce qui laisse supposer en fait l'existence d'une rentabilité plutôt forte .

De la même façon , le "Night Time" permet à ce type de chaîne de pouvoir diffuser des productions "obligatoires" et "nécessaires" , dans le seul but de respecter les contraintes légales imposées par le cahier des charges et faire taire d'éventuelles critiques sur l'uniformisation du contenu de l'offre .

La seule exception à cette différenciation très nette de la programmation par périodes réside dans la diffusion du journal télévisé au moment du "Day Time" , mais surtout en plein milieu du "Prime Time" à 20 heures , alors que ce programme représente le parfait exemple d'un programme "obligatoire" .

C'est justement en raison de son caractère "obligatoire" qu'il a pu constituer une forme d'exception ; en effet , si l'on prend en compte le caractère "généraliste" rattaché à la plupart des chaînes privées , cela implique qu'elles doivent s'efforcer d'une certaine manière de ressembler aux chaînes publiques , ce qui passe par la diffusion du journal . On pourrait également avancer une autre explication par rapport au journal télévisé , celle-ci se réfère à la technique du "bridging"²¹ qui est particulièrement utilisée aux Etats-Unis , technique qui fait du journal télévisé un programme que l'on pourrait qualifier de "captif".

§ 3.2 : LA PROGRAMMATION DANS LA STRATEGIE DE DIFFERENCIATION.

La stratégie de différenciation à l'inverse de la stratégie précédente n'oblige pas les chaînes à être obligatoirement profitables , ce qui est le cas notamment des chaînes publiques . Dans ces conditions , les pratiques de programmation évoluent sensiblement dans la mesure où il n'existe pas une différenciation aussi nette entre les périodes qui correspondent à la journée d'un téléspectateur .

Ainsi, si l'on peut également observer la diffusion de production de "prestige" durant la période du "Prime Time" dans un souci de soutenir la concurrence des chaînes privées , on constate aussi la présence importante de production "obligatoires" , essentiellement des magazines d'information et certains magazines culturels .

Concernant les deux autres périodes , même s'il existe un certain nombre de similitudes avec les chaînes privées caractérisées surtout par la diffusion de production "lucratives" durant le "Day Time" , on peut s'apercevoir qu'il subsiste dans le même temps certaines différences notables . La principale différence avec la stratégie précédente implique la diffusion durant le "Day Time" d'une certaine proportion de production que l'on qualifie de "nécessaires" , c'est le cas notamment des débats politiques , des émissions religieuses et de certaines émissions d' "expression directe" ouverte aux associations .

Le "Night Time" présente pour sa part des caractéristiques identiques à une stratégie de domination par les coûts dans ce domaine , sans doute peut-on admettre dans le cas présent , une uniformisation des comportements des téléspectateurs durant cette période, indifférents à regarder tel programme plutôt qu'un autre .

²¹ Technique qui consiste à faire mordre une émission sur l'horaire des carrefours pour rendre l'audience prisonnière de la grille d'une chaîne donnée . Le Journal télévisé est propice à ce type de stratégie grâce aux dépassements d'horaire faussement imprromptus qu'elles autorisent , in F.MARIET : "La télévision Américaine" , Collection Economica Gestion , 1992 .

§ 3.3 : LA PROGRAMMATION DANS LA STRATEGIE DE CONCENTRATION SUR UN SEGMENT .

La stratégie de concentration sur un segment , comme nous l'avions déjà souligné précédemment , ne s'adresse qu'à une partie des téléspectateurs ou implique de ne diffuser qu'un type de programme très ciblé . Dans ces conditions, on peut penser que les pratiques de programmation des chaînes thématiques seront sensiblement différentes dans la mesure où elles ne disposent pas des mêmes ressources financières pour bâtir leur grille de programmes . Lorsque l'on étudie la programmation respective des chaînes thématiques ayant choisi la domination par les coûts d'une part , la différenciation d'autre part , on s'aperçoit qu'elles présentent un point commun qui se matérialise par une uniformisation de la diffusion quelque soit la période de la journée . Contrairement aux chaînes généralistes qui prenaient soin d'adapter leurs programmes en fonction des périodes de la journée , on arrive mal à distinguer ici le "Day" et le "Night Time" du "Prime Time" .

Pour les chaînes thématiques ayant choisi , par rapport à leur stratégie de concentration sur un segment de privilégier la domination par les coûts , on constate la prédominance des programmes "lucratifs" dans le volume global de diffusion . Ces derniers sont les seuls susceptibles de générer un profit , en minimisant par ailleurs le "risque d'audience" , compte tenu des moyens limités dont disposent ces chaînes , il n'est pas étonnant d'en retrouver une forte proportion dans leur grille de programmes .

Pour les chaînes thématiques ayant opté pour la différenciation comme ARTE , on peut également mettre en évidence une programmation uniformisée mais qui concerne plutôt des productions "obligatoires" et des productions "nécessaires".

En guise de conclusion , on peut estimer que le mouvement de déréglementation qui a affecté le secteur audiovisuel au milieu des années 80 a contribué à placer l'ensemble des chaînes en concurrence . Face à ce nouvel environnement , les chaînes ont développé un certain nombre de stratégies destinées à leur octroyer un avantage concurrentiel en utilisant par ailleurs l'ensemble des modalités liées à la flexibilité . Dans ce contexte , les pratiques de programmation ont revêtu une importance particulière dans la mesure où ce sont elles qui déterminaient en grande partie le niveau de revenu des chaînes . La mise en évidence de pratiques de programmation différentes nous laisse penser pourtant , qu'au delà de leur diversité , l'ensemble des chaînes sont confrontées à un même problème : trouver une grande quantité de programmes à des prix compétitifs . On peut se demander pourtant si le fait d'introduire la concurrence au sein du système "français" a contribué réellement à modifier les choses , une étude empirique de l'offre de fictions pourrait nous aider à répondre à cette question .

CHAPITRE 6 : L'OFFRE DE FICTIONS EN EUROPE : ANALYSE EMPIRIQUE ET FONDEMENTS THEORIQUES .

Le paysage audiovisuel européen s'est considérablement transformé depuis une décennie , jusqu'au milieu des années 80 , la plupart des pays de la Communauté à l'exception notable du Royaume-Uni et du Luxembourg ne disposaient que de chaînes publiques qui étaient placées directement sous la responsabilité de l'Etat . L'année 1985, constituera d'une certaine manière un tournant dans la mesure où l'on assistera à la création de nombreuses chaînes privées qui obéiront entièrement à une logique de profit ; cette irruption massive d'opérateurs privés aura comme principale conséquence de déplacer le champs concurrentiel des Etats vers les chaînes de télé .

Dans ces conditions , ce qui s'apparente de fait à un abandon du système "français" en même temps qu'à une adoption du modèle "anglais" par l'ensemble des pays européens implique d'examiner plus précisément l'offre des fictions pour chaque pays et ce pour deux périodes : en 1984 , alors que la concurrence s'exerce entre les Etats , en 1988 , alors qu'elle concerne plus directement les chaînes .

L'analyse des performances en matière d'offre de fictions s'effectuera en fonction de trois paramètres :

- le solde de la balance commerciale .
- l'adaptation à la demande nationale .
- l'adaptation à la demande mondiale .

Nous pourrons ainsi mieux apprécier la capacité dont dispose un pays pour offrir des fictions télévisuelles , dans le même temps , par rapport aux résultats obtenus , nous aurons l'occasion de mettre en évidence un certain nombre de comportements similaires chez les téléspectateurs de chaque Etat membre , ce qui nous conduira à utiliser alors certains apports théoriques relatifs à l'Economie de la consommation en les appliquant plus spécifiquement au secteur audiovisuel .

SECTION 1 : LE SOLDE DE LA BALANCE COMMERCIALE .

Pour étayer notre démonstration , nous nous appuierons directement sur les chiffres des services statistiques de la Communauté Européenne qui nous indiquent les débits et les crédits ainsi que le solde avec le Reste du Monde des échanges de programmes audiovisuels des pays capitalistes développés en 1984 et 1988 . Il convient toutefois de souligner au lecteur que ces chiffres intègrent également certains programmes que l'on ne peut pas considérer véritablement comme des fictions , c'est le

cas notamment des documentaires et de certaines représentations théâtrales . Cependant le faible volume de ces programmes dans les échanges internationaux n'entraîne pas un biais significatif susceptible de conduire à une interprétation erronée des chiffres .

Tableau numéro 26 : Solde de la Balance Commerciale pour les principaux pays développés en 1984 et 1988 (En millions d'Ecus) .

PAYS	ETAT DE LA BALANCE AVEC LE RESTE DU MONDE	1984	1988
ETATS-UNIS	CREDIT	606	656
	DEBIT	84	42
	SOLDE	522	614
ROYAUME-UNI	CREDIT	493	533
	DEBIT	322	408
	SOLDE	171	125
FRANCE	CREDIT	75	431
	DEBIT	98	621
	SOLDE	- 23	- 191
RFA	CREDIT	61	48
	DEBIT	245	348
	SOLDE	- 185	- 300
ITALIE	CREDIT	80	79
	DEBIT	224	386
	SOLDE	- 144	- 308
ESPAGNE	CREDIT	18	28
	DEBIT	56	113
	SOLDE	- 38	- 84
UEBL	CREDIT	22	23
	DEBIT	44	46
	SOLDE	- 22	- 23
PAYS-BAS	CREDIT	98	163
	DEBIT	155	238
	SOLDE	- 57	- 75
DANEMARK	CREDIT	2	3
	DEBIT	9	12
	SOLDE	- 7	- 9

Source : EUROSTAT , Statistiques sur les services , 1973-1988 , 1989 .

Les chiffres du solde de la balance commerciale , pour les principaux pays développés pour les années 84 et 88 laissent apparaître plusieurs éléments significatifs :

- l'existence d'une hiérarchie entre les pays en fonction de leurs performances .
- une domination américaine initiale qui s'accroît entre les deux dates .
- un affaiblissement de la position médiane occupée par le Royaume-Uni .
- l'aggravation d'un solde déficitaire originelle pour l'ensemble des autres pays ayant opté initialement pour le système "français" .

L'analyse du solde commercial pour chaque pays nous permet de dresser un classement identique des performances quelque soit l'année de référence ; les Etats-Unis y occupent à chaque fois la première position suivi par le Royaume-Uni et par l'ensemble des autres nations européennes , seuls les deux premiers pays parviennent à dégager un solde positif . Si l'on étudie plus précisément les performances des deux pays "leaders", on constate que la position américaine s'améliore considérablement car le montant de ses exportations s'accroît , alors que dans le même temps ses importations diminuent . A l'inverse , la situation du Royaume-Uni semble s'être détériorée entre temps , même si l'on observe une augmentation sensible de ses exportations , ses importations s'accroissent par ailleurs encore plus contribuant par la même occasion à atténuer le solde positif . Dans ce contexte , il est intéressant de noter que le Royaume-Uni à l'instar des autres pays européens paraît beaucoup plus ouvert sur l'extérieur que les Etats-Unis , pour qui le flux de fictions circule en fait à sens unique .

Lorsque l'on analyse les performances des autres pays européens , on s'aperçoit qu'elle révèle des situations assez hétérogènes , on peut en citer quatre :

- l'UEBL et le Danemark qui maintiennent leur déficit dans des proportions identiques à celui de l'année 84 .
- l'Espagne et les Pays-Bas qui voient leur déficit s'accroître légèrement tout en restant dans des proportions acceptables .
- la France qui voit une détérioration de son solde malgré des performances à l'exportation très honorables .
- l'Italie et l'Allemagne de l'Ouest qui aggravent leur déficit , lequel se situait déjà à un niveau élevé en 1984 .

Cette diversité des situations a comme origine les différences de structure du système audiovisuel au sein de chaque pays . De cette façon , on peut expliquer la faiblesse du déficit de l'UEBL et du Danemark parce qu'initialement ces petits pays n'importèrent qu'un faible montant de fictions ; le mouvement de déréglementation ne s'est pas

accompagné ici comme partout ailleurs d'une création massive de nouvelles chaînes privées , mais par un renforcement des possibilités de réception des chaînes étrangères lié au développement du Câble .

Pour les Pays-Bas et l'Espagne , la faiblesse relative de leur déficit doit être reliée à la structure particulière de leurs échanges ; les Pays-Bas , en réalisant des performances intéressantes en matière d'exportation , parviennent à contenir leur déficit malgré un recours massif aux importations . L'Espagne quant à elle parvient à maintenir un solde déficitaire à un niveau acceptable en plafonnant d'une certaine manière ces importations, alors que dans le même temps , le montant de ses exportations demeure très faible .

A l'intérieur de la Communauté , la France présente un cas atypique dans la mesure où elle semble profiter et pâtir à la fois de la déréglementation . Profiter , dans le sens où elle augmente considérablement ses exportations entre 84 et 88 se plaçant alors en troisième position des pays développés dans ce domaine ; pâtir , car parallèlement , elle voit ses importations s'accroître de façon vertigineuse occasionnant ainsi un creusement de son déficit . Sans doute doit-on y voir là , la conséquence directe de la privatisation de TF1 ainsi que celle de la création de la 5 et de M6 à la même époque , on sait que la logique commerciale qui prévalait au sein de ces chaînes les ont conduite à s'approvisionner abondamment en fictions peu onéreuses que l'on trouvait plus facilement sur les marchés internationaux .

La situation de l'Italie et de l'Allemagne de l'Ouest qui apparaissait déjà nettement défavorable avant la déréglementation semblait s'être encore plus détériorée après celle-ci , ces deux pays , non seulement n'avaient pas accru leurs exportations mais avaient par la même occasion considérablement augmenté leurs importations . L'explication de ce phénomène semblait relativement simple , l'apparition de nombreuses chaînes privées en Italie et en Allemagne de l'Ouest s'était accompagnée dans le même temps d'un besoin urgent de combler les grilles de programmes , ce qui compte-tenu de la faiblesse structurelle de l'offre de fictions nationales avait provoqué un recours massif aux importations .

SECTION 2 : L'ADAPTATION A LA DEMANDE NATIONALE .

Pour mieux appréhender la capacité qu'à un pays de répondre à la demande nationale , il convient de faire ici une analyse séparée de l'offre de fictions pour les deux périodes de référence tant la structure des chaînes de télé pour chaque pays d'Europe y apparaît différente .

§ 2.1 : L'ADAPTATION A LA DEMANDE NATIONALE EN 1984 .

Nous ne disposons pas pour l'occasion des chiffres relatifs à l'année 1984 , toutefois l'étude entreprise par l'Institut Européen de la Communication qui a pour cadre l'origine des fictions diffusées par les chaînes publiques européennes en 1985 s'applique parfaitement à notre étude .

Tableau numéro 27 : Origine des fictions diffusés par les chaînes européennes en 1985 .

PAYS	CHAINE	PRODUCTION NATIONALE	PRODUCTION CEE	PRODUCTION USA	AUTRES PRODUCTIONS
BELGIQUE	RTBF	20	31	49	0
	BRT	21	46	33	0
DANEMARK	DR	7	43	46	4
ESPAGNE	RTVE	23	30	35	12
FRANCE	TF1	22	34	37	9
	A2	34	26	35	5
	FR3	37	22	28	13
ITALIE	RAI	11	28	57	2
PAYS-BAS	NOS	7	30	56	7
PORTUGAL	RTP	7	34	38	20
RFA	ZDF	17	33	36	13
ROYAUME-UNI	BBC	38	7	55	0
	ITV	57	5	38	0
GRECE	ERT	2	35	50	13

Source : Institut Européen de la Communication , 1987.

L'analyse du tableau 27 , nous conduit à faire quatre remarques concernant l'offre de fictions pour les principales chaînes publiques dans chaque pays de la Communauté en 1985 :

- l'existence d'une faiblesse structurelle de l'offre de fictions nationales .
- la place importante tenue par les fictions d'origine communautaire .
- l'existence de fictions en provenance des pays tiers chez certains Etats membres .
- le poids important des fictions américaines dans la programmation des chaînes publiques .

§ 2.1.1 : UNE FAIBLESSE STRUCTURELLE DE L'OFFRE DE FICTIONS NATIONALES EN EUROPE .

Ce premier point apparaît tout à fait paradoxal dans la mesure où il ne correspond absolument pas à ce que l'on pouvait s'attendre à trouver sur le plan empirique . En effet , la structure du système audiovisuel chez certains Etats membres se caractérisait à l'époque par la présence d'une seule et unique chaîne qui ne proposait qu'un volume horaire de programmes relativement faible , dans ces conditions , on pouvait aisément admettre que la quantité de fictions diffusées soit encore plus faible , ce qui devait permettre à ces pays de répondre normalement à la demande des téléspectateurs .

Au lieu de cela , on constatait qu'ils recouraient massivement aux importations de fictions émanant des autres pays de la CEE mais surtout en provenance des Etats-Unis .

Toutefois , l'importance de la production nationale varie considérablement suivant les pays , on peut ainsi classer l'ensemble des Etats membres dans trois catégories :

- les pays qui diffusent un volume horaire de fictions nationales se situant autour de 10% (Les Pays-Bas , le Danemark , la Grèce , le Portugal et l'Italie) .
- les pays qui diffusent une part de fictions nationales comprise entre 15 et 25% (la RFA , l'Espagne , la Belgique) .
- les pays dont la proportion de fictions nationales diffusées représente environ un tiers du volume global de diffusion (la France et le Royaume-Uni) .

Si l'on excepte l'Italie , le premier groupe se compose d'un ensemble de petits pays plutôt hétérogènes avec , d'un côté , des pays riches comme le Danemark et les Pays-Bas , de l'autre , des pays ayant un "retard de développement" comme le Portugal ou la Grèce . Ces pays présentent pourtant deux points communs : un marché intérieur très étroit ainsi qu'une identité culturelle très spécifique . La combinaison de ces deux éléments aboutit en fait à une production nationale très faible car la taille du marché intérieur ne permet pas de rentabiliser les fictions , dans le même temps , leurs spécificités culturelles les empêchent aussi d'exporter leurs produits . Il n'est dès lors pas étonnant de voir ces pays renoncer à développer une production nationale de masse , ce qui explique ainsi cette part très faible représentée dans le volume global de diffusion . L'Italie pour sa part constitue l'exception à la règle en raison de ses caractéristiques économiques qui la positionnent au même niveau que la France ou l'Allemagne . Il semblerait en fait qu'elle ait choisie très tôt de ne pas porter son effort sur la production audiovisuelle en recourant précocement aux importations , la situation de son industrie cinématographique qui demeurera performante jusqu'au début des années 80 (cf infra) explique en partie ce phénomène .

Le deuxième groupe apparaît un peu plus homogène , l'Allemagne et l'Espagne ont en effet un marché intérieur de grande dimension et un certain rayonnement culturel, ce qui leur permet d'envisager à la fois le développement d'une production nationale rentable en même temps qu'un certain montant de recettes à l'exportation .

La présence de la Belgique au sein de ce groupe apparaît plutôt atypique en raison de l'étroitesse de son territoire , on peut penser pourtant que les chaînes belges se sont efforcées de sauvegarder un semblant de production nationale en recherchant le cas échéant des débouchés à l'exportation (en France et aux Pays-Bas principalement) .

Dans le dernier groupe , on retrouve la France et le Royaume-Uni qui demeurent les figures de proue de leur système respectif , ces derniers accordent une place plus importante à la diffusion de fictions nationales que les autres pays . Bien que disposant chacun d'un marché intérieur de grande taille et d'une identité culturelle très forte , ces deux pays présentent certaines divergences , la France recèle de nombreux points communs avec l'Allemagne et l'Espagne dans la mesure où son volume horaire de fictions nationales ne constitue qu'un tiers du volume global de diffusion .

Le Royaume-Uni se singularise une fois encore par le fait que le comportement de ses chaînes publiques diverge sensiblement de celui des chaînes commerciales , la situation de la BBC apparaît sensiblement identique à celle des chaînes françaises alors qu'au même instant , ITV diffuse une majorité de fictions anglaises . En effet , alors que l'on pouvait s'attendre , compte-tenu des caractéristiques inhérentes au système "anglais" , à trouver une prédominance de fictions nationales sur les chaînes publiques , on n'en retrouve qu'un peu moins de 40 % dans le volume global de diffusion .

A l'inverse , le réseau ITV paraît avoir des pratiques de programmation qui correspondent mieux à la logique , la proportion de fictions nationales diffusées représentent ainsi près de 60 % du volume global de diffusion , ce qui témoigne par là d'une bonne adaptation à la demande nationale chez les opérateurs privés .

On peut constater que la quasi-totalité des pays européens demeuraient totalement incapables de répondre à la demande nationale , ce qui les obligeait de ce fait à privilégier les importations .

On va retrouver essentiellement trois grandes zones d'approvisionnement :

- la Communauté Européenne
- les Pays Tiers
- les Etats-Unis .

§ 2.1.2 : LA PLACE IMPORTANTE TENUE PAR LES FICTIONS COMMUNAUTAIRES .

Lorsque l'on examine la proportion de fictions d'origine communautaire diffusée par chaque pays , on peut constater un certain nombre de disparités , ce qui nous permet de dégager alors trois cas de figure :

- le Royaume-Uni , peu enclin à diffuser des fictions d'origine communautaire .
- la quasi-totalité des Etats membres à l'exception de la Belgique et du Danemark au sein desquels la proportion de fictions communautaires représente entre un quart et un tiers du volume horaire .
- la Belgique et le Danemark dont la part des fictions communautaires représente un peu plus de 40 % du volume global de diffusion .

La situation du Royaume-Uni apparaît particulièrement atypique comparativement au reste de l'Europe dans la mesure où la diffusion de fictions communautaires y apparaît minime . La supériorité du système "anglais" pourrait être la principale raison qui expliquerait ce phénomène , en effet , la haute opinion que les téléspectateurs anglais ont de leurs chaînes les conduit à délaisser en grande partie les fictions communautaires de qualité inférieure à leurs yeux . De la même façon , on pouvait estimer que le Gouvernement anglais de son côté n'était pas non plus disposé à jouer pleinement le jeu de la carte communautaire en privilégiant les fictions des pays tiers , ce qui conduisait ainsi la BBC à diffuser une majorité de fictions d'origine extra-communautaire .

Si l'on examine la situation dans la plupart des autres pays de la CEE , on constate qu'ils accordent une place assez importante à la diffusion de fictions européennes , ces dernières contribuent à combler en partie le déficit qui découle d'une insuffisance de la production nationale . En effet , lorsque l'on additionne la production nationale et la production communautaire , on s'aperçoit qu'elles représentent à eux deux la majorité du volume de diffusion pour un grand nombre de chaînes , à l'exception notable de l'Italie , du Portugal et des Pays-Bas :

Le Portugal , parce qu'il s'approvisionnait beaucoup auprès des pays tiers , l'Italie et les Pays-Bas parce qu'elles ont privilégié très tôt , la diffusion de fictions américaines .

La Belgique et le Danemark accordaient quant à eux une place prépondérante aux fictions communautaires , un choix qui leur permettait d'atteindre tout juste la moitié de leur volume horaire en raison d'une production nationale initialement très faible .

Bien que l'on ne dispose pas de données chiffrées pour l'Autriche , l'Irlande et le Luxembourg , on peut penser que ces trois pays adoptèrent sensiblement les mêmes

comportements dans ce domaine que les deux autres . Cela s'expliquait d'abord par la proximité culturelle qu'avait chacun d'eux avec certains de leurs grands voisins : le Luxembourg et la Belgique avec la France , l'Autriche et le Danemark avec l'Allemagne et enfin l'Irlande avec le Royaume-Uni . Ces petits pays s'approvisionnaient en priorité auprès d'eux , parce que les fictions produites en France , au Royaume-Uni et en Allemagne reflétaient relativement bien les situations vécues par leurs habitants .

SECTION 2.1.3 : LA DIFFUSION DES FICTIONS EN PROVENANCE DES PAYS TIERS .

La proportion de fictions en provenance des pays tiers qui font l'objet d'une diffusion sur les chaînes européennes laisse une fois de plus apparaître de sérieuses disparités entre les Etats-Membres :

- le Royaume-Uni ou la Belgique ne diffusent pas de fictions en provenance des pays tiers .
- la France , la Hollande , le Danemark et l'Italie diffusent une proportion de fictions en provenance des pays tiers qui représente moins de 10 % du volume global de diffusion .
- la Grèce , le Portugal , l'Espagne et l'Allemagne de l'Ouest ont une part qui se situe entre 10 et 20 % .

Ces différences sensibles qui existent entre tous ces pays ont plusieurs origines ; pour le Royaume-Uni , on pouvait estimer que le sentiment de supériorité qui poussait les chaînes à se détourner des fictions européennes jouait ici le même rôle envers les fictions des pays tiers ; pour la Belgique , l'absence de diffusion s'expliquait surtout par le fait qu'elle avait choisi de privilégier totalement la diffusion de fictions communautaires .

L'existence d'une diffusion embryonnaire en France et en Italie correspondait en fait à une volonté délibérée pour deux pays d'établir une tête de pont en Europe , il s'agissait respectivement du Japon avec les dessins animés et les programmes destinés aux jeunes , du Brésil avec les "télénovelas" , COSTE-CERDAN (1991) , MATTELART et MATTELART (1987) . Ces deux types de programmes semblaient quelque peu délaissés par les américains , alors qu'au même instant , le Japon s'engageait dans la conquête des marchés audiovisuels mondiaux , le Brésil faisait de même en proposant aux chaînes européennes des "soaps-opéras" à des prix dérisoires mais fortement teintés d'exotisme . Pour ces deux pays , il s'agissait d'exploiter d'abord un avantage concurrentiel initial d'un genre un peu particulier afin de dégager ultérieurement des recettes d'exportations .

Les japonais en s'appuyant sur certains effets spéciaux , avaient développé une production de masse au niveau des dessins animés et des programmes destinés prioritairement à la jeunesse ; de leur côté , les brésiliens , exploitant une dotation en "infrastructures naturelles" très forte , s'étaient spécialisés dans la production de séries à faible budget mais fort appréciées des téléspectateurs nationaux , les "télénovelas" semblables en tous points aux "soap-opéras" américains .

Le cas des trois pays du Sud de l'Europe et de l'Allemagne de l'Ouest semblait un peu particulier dans la mesure où le poids important des fictions en provenance des pays tiers s'expliquait surtout pour des raisons à la fois historiques et culturelles .

En effet , pour l'Espagne et le Portugal , le recours aux fictions des pays tiers découlait directement des liens étroits qu'ils avaient gardés avec les pays d'Amérique Latine dans le cas de l'Espagne , du Brésil avec le Portugal ; il n'était pas rare de voir ainsi des fictions mexicaines ou argentines sur les écrans espagnols en même temps que des "télénovelas" sur les écrans portugais .

Pour la Grèce et l'Allemagne de l'Ouest , les raisons étaient plus d'ordre politique , liées essentiellement à la présence de certaines minorités sur leur territoire respectif . Ainsi , les chaînes allemandes se sont attachées à promouvoir la diffusion de fictions en provenance des pays de l'Est comme la Pologne et la Tchécoslovaquie , par ailleurs , les liens fraternels qui unissaient les deux Allemagnes ont contribué à favoriser ce type d'échange . De la même façon , les motifs qui ont poussé les chaînes grecques à programmer des fictions originaires des pays balkaniques étaient liés au désir de prendre en compte les aspirations des minorités bulgares et macédoniennes, nombreuses dans le Nord du Pays .

Il apparaît pourtant clair lorsque l'on examine les chiffres que les fictions produites dans les pays tiers ne sont pas suffisamment nombreuses pour combler le déficit au niveau de l'offre de programmes , ce qui obligeait du même coup les chaînes publiques à se tourner vers le seul pays capable de répondre simultanément aux exigences de quantité sans pour autant hypothéquer la qualité , les Etats-Unis .

§ 2.1.4 : LE POIDS IMPORTANT DES FICTIONS AMERICAINES DANS LA PROGRAMMATION DES CHAINES PUBLIQUES .

Si la faible proportion de programmes nationaux diffusés par les chaînes publiques semblait paradoxale , la prédominance des fictions américaines dans le volume global de diffusion l'était tout autant . En effet , si le fait pour les chaînes publiques de recourir à la diffusion de fictions communautaires ne semblait devoir choquer personne parce que cela contribuait indirectement à promouvoir une forme de "culture européenne" , il en allait tout autrement pour les fictions américaines .

Celles-ci faisaient en effet l'objet de nombreuses critiques qui émanaient de certains responsables politiques mais également des milieux intellectuels ; successivement accusées d'être trop violentes , d'accorder la part trop belle à l'argent et de refléter trop l'image de l'"Américan Way of Life" , on pouvait penser qu'elles ne tiendraient qu'une petite place dans la diffusion des chaînes publiques .

L'étude des chiffres nous prouve le contraire , si bien que l'on distinguera deux cas de figure :

- les chaînes publiques qui diffusent une majorité de fictions américaines .
- les chaînes publiques qui ont une proportion de fictions américaines qui représente entre 35 et 40 % du volume global de diffusion .

Le premier groupe se composait respectivement des chaînes italiennes , hollandaises , belges françaises et des chaînes publiques anglaises . Chacune d'elles diffusait une majorité de fictions d'origine américaine ; on pouvait s'interroger sur les raisons qui les ont conduites à adopter de telles pratiques de programmation , était-ce pour des raisons financières ? Etait-ce parce que les téléspectateurs exprimaient une réelle préférence pour ce genre de programme ?.

Si les raisons financières pouvaient expliquer l'attitude des chaînes belges ou danoises , en revanche , elles apparaissaient moins crédibles dans le cas des chaînes anglaises et italiennes qui disposaient de moyens conséquents pour produire des fictions jusqu'au début des années 80 . Concernant les goûts des téléspectateurs , certaines études (cf infra) montraient indéniablement une "préférence" pour les programmes nationaux par rapport aux fictions étrangères .

Pour les autres chaînes publiques qui appartenaient au deuxième groupe , la situation semblait en apparence moins préoccupante puisque l'addition des fictions nationales et communautaires permettait de dépasser la part représentée par les fictions américaines . Cependant , un examen attentif des chiffres nous conduit à relativiser ces performances , en effet , à elles seules , les fictions américaines pesaient plus que les fictions nationales , ce qui n'est pas étonnant si l'on estime que ces dernières ne représentaient à l'origine qu'une part très faible du volume global de diffusion . Ce qui apparaissait plus inquiétant en revanche , c'était le fait que les fictions américaines représentaient une part plus importante que les fictions communautaires , c'est-à-dire qu'un seul pays pesait d'un poids plus élevé que douze pays réunis .

Le phénomène apparaissait d'autant plus marquant lorsque dans le même temps on examinait la situation qui prévalait aux Etats-Unis à la même époque . En effet , à ce stade de l'étude , il nous semble essentiel d'examiner la structure de l'offre de programmes de fictions aux Etats-Unis en 1984 .

Les travaux effectués par des chercheurs de l'UNESCO en 1990 sur la circulation internationale des fictions nous donnent quelques précieux renseignements .

Tableau Numéro 28 : L'offre de fictions sur les chaînes américaines en 1984 (en pourcentage par genre et par pays d'origine pour une semaine moyenne de l'échantillon) .

Origine des programmes / Type de programme	Feuilletons	Séries	Mini-séries	Téléfilms
Programmes nationaux	100 %	90 , 47 %	40 , 0 %	87 , 5 %
Programmes anglais	0 %	7 , 93 %	60 , 0 %	0 %
Programmes canadiens	0 %	1 , 58 %	0 %	13 , 5 %

Source : Etudes et Documents d'Information , UNESCO , numéro 104 , page 44 .

Comme nous le montre le tableau 28 , les Etats-Unis n'importent qu'une part infime de leurs fictions ; pour les feuilletons ; il semblerait même y avoir une parfaite adaptation à la demande nationale , on pourrait faire la même remarque sur les séries et les téléfilms . La seule exception nous est fournie par les mini-séries où curieusement les fictions anglaises représentent une part plus importante que les fictions américaines ; il nous faut cependant relativiser ce chiffre dans la mesure où les mini-séries ne représentaient que 5 % du montant total des fictions diffusées sur les chaînes américaines pendant une semaine en 1984 . Dans ces conditions , la capacité du système "américain" à satisfaire à la demande nationale apparaît très forte , sans commune mesure avec celle de l'ensemble des autres pays européens .

Un autre élément mérite également d'être souligné , il a pour cadre l'origine étrangère des quelques fictions diffusées aux Etats-Unis ; seuls le Royaume-Uni et le Canada fournissent les Etats-Unis dans ce domaine , ces deux pays ont comme points communs d'utiliser à la fois la même langue : l'anglais , en même temps qu'ils entretiennent des liens économiques , historiques et culturels très forts . En outre , le fait de ne trouver que le Royaume-Uni comme seul fournisseur européen des Etats-Unis témoigne s'il en est de la qualité des fictions anglaises .

§ 2.2 : L'ADAPTATION A LA DEMANDE NATIONALE EN 1988 .

Dans un premier temps , nous examinerons les chiffres concernant les pays ayant choisi de transformer leur système technique en investissant dans la construction de

réseaux câblés , nous distinguerons d'abord les petits pays comme la Belgique ou les Pays-Bas et ensuite l'Allemagne de l'Ouest . Dans un deuxième temps , nous effectuerons la même analyse pour les pays ayant choisi de déréglementer leur système audiovisuel en transformant leur système économique . Nous observerons d'abord l'Italie qui a modifié la loi réglementant l'entrée de son secteur audiovisuel , ensuite la France , l'Espagne , le Portugal et la Grèce qui se sont appuyées sur les fréquences hertziennes disponibles pour accorder des concessions à des opérateurs privés .

Pour finir , nous analyserons également les chiffres qui se rapportent aux deux pays ayant opté pour le système "anglais" : le Royaume-Uni et la Finlande .

Dans un souci d'approfondissement , nous isolerons deux paramètres qui nous apporteront un éclairage différent sur la capacité d'un pays à répondre à la demande nationale , le premier consiste à comparer la part des fictions étrangères faisant l'objet d'une première diffusion sur les écrans au montant total des fictions produites pendant l'année 87 . De cette manière , on exclut l'ensemble des rediffusions qui peuvent être très nombreuses sur certaines chaînes et l'on peut alors mieux appréhender l'effort consenti par un pays dans la production de fictions originales .

Le deuxième paramètre nous conduira à examiner la part des programmes européens dans le volume global de diffusion , ce qui nous permettra d'apprécier l'importance prise par les fictions extra-européennes dans la programmation des chaînes qu'elles soient publiques ou privées durant l'année 88 .

Tableau numéro 29 : Nombre d'heures et origine des fictions en Europe en 1987.

PAYS	Production nationale de fictions .	Importations étrangères de fictions .	% des Importations étrangères de fictions .
BELGIQUE	328	1089	76 , 9%
DANEMARK	78	442	85 , 0 %
ALLEMAGNE	1460	1260	46 , 3 %
ESPAGNE	295	1482	83 , 4 %
FRANCE	733	7712	91 , 3 %
GRECE	380	741	66 , 1 %
IRLANDE	25	1208	98 , 0 %
ITALIE	1023	11357	91 , 7 %
LUXEMBOURG	0	1610	100 , 0 %
PAYS-BAS	188	1019	84 , 4 %
PORTUGAL	412	2115	83 , 7 %
ROYAUME-UNI	2640	2387	47 , 5 %
CEE	7562	32422	81 , 1 %

Source : La Panorama des Industries Communautaires 1990 , Page 29-5 .

Le tableau 29 nous montre , d'une manière indéniable , la faiblesse de l'adaptation à la demande nationale chez la plupart des pays européens . Pour certains pays , l'inadaptation à la demande nationale prenait des proportions inquiétantes , ainsi , plus de 90 % de la production originale diffusé sur les chaînes françaises , italiennes , irlandaises et luxembourgeoises en 1987 étaient d'origine étrangère .

A l'inverse , des pays comme l'Allemagne de l'Ouest et le Royaume-Uni arrivèrent à équilibrer approximativement leur diffusion originale entre les fictions nationales et étrangères mais au prix d'un nombre d'heures offert beaucoup plus faible ; l'Allemagne de l'Ouest par exemple parvenait à égaler le Royaume-Uni dans ce domaine mais avec un volume de fictions originales deux fois plus faible . Lorsque l'on sait par ailleurs que les fictions recueillent massivement les préférences des téléspectateurs , on ne peut que constater l'abandon de ce créneau par certains pays au profit quasi exclusif des importations .

Tableau numéro 30 : Le pourcentage de fictions d'origine européenne dans les petits pays ¹ .

BELGIQUE		PAYS-BAS		DANEMARK	
RTBF 1	81 , 8	NOS 1	60 , 2	DR	84 , 1
RTBF 2	86 , 1	NOS 2	70 , 1	TV2	44 , 8
BRT 1	73 , 4	NOS 3	76 , 7	KANAL 2	40 , 0
BRT 2	54 , 9	RTL 4	20 , 0		
RTL TVI	22,8				
VTM	XXXX				

SUEDE		IRLANDE		LUXEMBOURG	
KANAL 1	84 , 9	RTE 1	59 , 0	RTL TV	27,0
SV2	89 , 7	NETWORK 2	55 , 0		
NT/TV4	60,0	TV3	XXX		

Tableau numéro 31 : Le pourcentage de fictions d'origine européenne en RFA .

ALLEMAGNE FEDERALE	
ARD	76 , 2
ZDF	78 , 1
TROISIEME RESEAU	93 , 2
EINS PLUS	100 , 0
RTL PLUS	14 , 0
SAT 1	8 , 7
TELE 5	38 , 6
PRO 7	25 , 9

¹ Les chaines privées sont représentées en caractère gras .

Tableau numéro 32 : Pourcentage de fictions d'origine européenne pour les pays ayant transformé leur système économique .

ESPAGNE		PORTUGAL		GRECE	
TVE 1	49 , 8	RTP 1	51 , 7	ET1	87 , 5
TVE 2	77 , 0	RTP 2	42 , 8	ET2	54 , 1
ANTENNA 3	40 , 0			ET3	XXXX
TELE CINCO	40 , 0			MEGA C	XXXX
TV3	34 , 6				

ITALIE		FRANCE	
RAI 1	70 , 6	TF1	51 , 7
RAI 2	65 , 4	ANTENNE 2	49 , 7
RAI 3	81 , 5	FR3	61 , 4
CANALE 5	7 , 5	LA CINQ	61 , 6
ITALIA 1	12 , 7	M6	58 , 3
RETE QUATRO	14 , 2		
ODEON TV	17 , 1		
TMC ITALIE	12 , 7		
ITALIA 7	8 , 5		

Tableau numéro 33 : Le pourcentage de fictions d'origine européenne dans le système "anglais".

ROYAUME-UNI		FINLANDE	
BBC 1	70 , 4	TV1	78
BBC 2	80 , 0	TV2	71 , 6
ITV (CHANNEL 3)	54 , 0	MTV FINLAND	40 , 0
CHANNEL FOUR	73 , 0	TV3	23 , 7

Bien que l'on ne dispose pas pour certains pays de la totalité des données , l'examen des différents tableaux nous conduit à faire deux remarques concernant ces chiffres .

La première est relative à la notion de "fiction d'origine européenne" , celle-ci se réfère pour l'occasion à l'article 8 du décret d'application 27.2 de la loi du 17 Janvier 1989 , adoptée par l'Assemblée Nationale et portant sur l'organisation du secteur audiovisuel en France . Dans ce contexte , la notion de fiction inclut non seulement les séries ,

feuilletons et autres téléfilms mais aussi les documentaires et certaines retransmissions de spectacles comme les ballets et les concerts .

Les documentaires comme les spectacles sont dans une large majorité originaires du pays de diffusion , ce qui implique que les pourcentages exprimés ont de fait tendance à surévaluer le poids des fictions européennes diffusées par chacune des chaînes .

La deuxième remarque porte sur l'origine des fictions non européennes ; si les chiffres affichés ne nous renseignent nullement sur leur provenance , on peut considérer , en nous référant aux études de l'UNESCO (cf infra) que les fictions américaines représentent environ 90 % des fictions diffusées par les chaînes .

Ayant fait ses remarques préalables , on peut alors mettre en évidence certaines grandes tendances concernant l'offre de fictions des chaînes en Europe pour l'année 1988 :

- les chaînes publiques diffusent beaucoup plus de fictions d'origine européenne que les chaînes privées .
- la proportion de fictions non européennes représente entre 20 et 50 % des fictions diffusées sur les chaînes publiques .
- le Royaume-Uni reste le pays qui résiste le mieux à l'invasion des fictions américaines, si l'on considère en même temps le secteur public et privé .

On peut estimer qu'il existe une certaine convergence entre les chaînes européennes au niveau de l'offre de fictions , même si l'on peut noter ici et là certaines disparités ; par exemple , les chaînes privées françaises accordent une place beaucoup plus grande aux fictions d'origine européenne que les chaînes italiennes . De la même façon , lorsque l'on compare la grille des programmes des chaînes publiques au Portugal et en Suède , on s'aperçoit que la proportion de fictions non européennes dans le premier pays y est sensiblement plus élevée que dans le second .

Malgré certaines spécificités au niveau de leur programmation , la plupart des pays européens présentent toutefois deux points communs :

- l'existence d'une dichotomie entre les chaînes publiques et les chaînes privés concernant la programmation des fictions d'origine européenne .
- la place prépondérante tenue par les fictions d'origine américaine dans la programmation des chaînes .

SECTION 3 : LA CAPACITE A REpondre A LA DEMANDE MONDIALE .

La capacité des systèmes audiovisuels à répondre à la demande mondiale nous apparaît intéressant dans la mesure où il consiste pour un pays à rentabiliser ses programmes en les exportant ; les ressources financières qui se dégagent ainsi permettent un réinvestissement dans la production de nouvelles émissions . Pour appréhender une bonne spécialisation à la demande mondiale , il convient d'examiner principalement un indicateur :

- le montant des fictions exportées par un pays par rapport au montant total des exportations de fictions pour les principaux pays développés .

Les chiffres qui nous permettront de juger de la capacité d'un pays à répondre à la demande mondiale sont tirés des publications des services statistiques de la CEE , dans le cas présent , nous réutiliserons les chiffres relatifs au crédit de la balance commerciale pour les principaux pays capitalistes par rapport aux années 84 et en 88 .

Tableau numéro 34 : La part des exportations de fictions des principaux pays développés en 1984 et en 1988 en millions d'Ecus .

PAYS	Exportations en 84 (en millions Ecus)	Exportations en 88 (en millions Ecus)	Part des exports en % des pays développés en 84	Part des exports en % des pays développés en 88
ETATS-UNIS	606	656	41 , 64 %	33 , 40 %
ROYAUME-UNI	493	533	33 , 88 %	27 , 13 %
FRANCE	75	431	5 , 15 %	21 , 94 %
RFA	61	48	4 , 19 %	2 , 44 %
ITALIE	80	79	5 , 49 %	4 , 02 %
ESPAGNE	18	28	1 , 23 %	1 , 42 %
UEBL	22	23	1 , 51 %	1 , 17 %
DANEMARK	2	3	0 , 13 %	0 , 15 %
PAYS-BAS	98	163	6 , 73 %	8 , 29 %
TOTAL	1455	1964	100 %	100 %

Source : EUROSTAT , Statistique sur les services , 1973-1988 , 1989 .

Le tableau 34 permet de tirer plusieurs enseignements sur la capacité des pays à répondre à la demande mondiale , dans cette optique , si l'on se réfère aux chiffres de 84 et 88 , il apparaît que les exportations mondiales se ventilent en trois grands blocs :

- les Etats-Unis .
- le Royaume-Uni .
- l'ensemble des autres Etats membres de la CEE .

L'existence de cette "triade" laisse toutefois apparaître de sérieuses divergences entre les trois groupes , on distingue surtout deux groupes dominants : d'abord les Etats-Unis et le Royaume-Uni qui représentent chacun un système audiovisuel particulier ; ensuite un autre groupe qui rassemble le reste des Etats membres de la CEE .

Par rapport à ces chiffres , il apparaît que seuls les Etats-Unis et le Royaume-Uni sembleraient en mesure de répondre à la demande mondiale , dégageant par la même occasion des capacités financières susceptibles d'être réinvesties dans la production originale .

Un autre élément mérite d'être souligné car il concerne directement les performances du Royaume-Uni au niveau des exportations . Il peut apparaître curieux de le voir ainsi talonner les Etats-Unis dans ce domaine , tant il est vrai qu'un certain nombre d'études menées au niveau de l'UNESCO , notamment celle de VARIS et NORDENSTRENG (1974) montrent une hégémonie des Etats-Unis pour les exportations de fictions .

On peut avancer deux types d'explication , la première a pour cadre la collecte des données , la seconde nous amène à faire la distinction entre exportations en valeur et exportations en volume .

Par rapport au premier critère , on doit considérer que les services statistiques de la CEE incluent dans les programmes audiovisuels , des émissions d'information et des émissions à caractère culturel comme les pièces de théâtre classique . Or , ce type de programmes ne peut être assimilé réellement aux fictions classiques à l'instar des séries et autres feuilletons , ce qui conduit à introduire ainsi un léger biais par rapport au montant exact des exportations de fictions . Dans le même temps , il apparaît que le Royaume-Uni mais également la plupart des autres pays exportent souvent ce genre de programme vers leurs anciennes colonies ; dans ces conditions , il semblerait qu'en fonction de la définition restrictive que l'on donne d'un programme de fiction , le chiffre des exportations du Royaume-Uni et des autres pays européens apparaît légèrement surestimé .

Si l'on prend en compte le deuxième critère , on peut penser qu'il explique encore mieux les résultats contradictoires dans ce domaine , le fait de raisonner dans le cas présent en valeur et non en volume masque ici une partie de l'information sur la capacité d'un pays à répondre à la demande mondiale . En effet , l'étude réalisée en 1974 par VARIS et NORDENSTRENG montraient que les Etats-Unis exportaient environ 70 % du montant total des fictions , bien qu'elle prenait en compte les chiffres de 1971 , on

pouvait croire toutefois que cette proportion n'avait guère varié jusqu'en 1984 , alors comment expliquer un tel décalage entre les exportations en valeur et celle en volume ? . L'explication tenait au fait que les Etats-Unis restaient le seul pays à pouvoir pratiquer une discrimination par les prix lors des transactions internationales , comme nous l'indique le tableau 35 , les prix d'un feuilleton d'une demi-heure varient considérablement en fonction du pays considéré .

Tableau numéro 35 : Prix globaux d'une fiction américaine d'une demi-heure en 1985 par pays (en dollars) .

PAYS DESTINATAIRE	COUT D'UNE FICTION DE 30 MINUTES EN \$
CANADA (CBC)	14000 - 20000
FRANCE	8500 - 10000
MALTE	45 - 50
HAITI	50 - 75
KENYA	45 - 60
MALAISIE	400 - 850

Source : "Global Prices for TV Films" , Variety , April 23 , 1986 .

Les Etats-Unis ayant amortis leurs fictions en les diffusant sur leurs chaînes peuvent alors appliquer des tarifs en fonction des ressources dont disposent chacun des pays ; ainsi la principale chaîne commerciale canadienne se voit facturer entre 14000 et 20000 dollars , un feuilleton d'une demi-heure , à l'inverse , le même programme ne sera facturé qu'entre 45 et 50 dollars au minuscule Etat maltais et entre 45 et 60 dollars au Kenya . De cette manière , on comprend mieux pourquoi certaines études mettaient en évidence l'écrasante domination des Etats-Unis dans la circulation internationale des fictions ; un pays comme le Kenya en supposant qu'il dispose de 20000 dollars peut acquérir ainsi 167 heures de programmes , alors que le Canada n'en acquerra qu'une demi-heure .

Ayant fait toutes ces remarques , il nous faut revenir un instant sur le cas du Royaume-Uni qui se singularise dans la mesure où malgré un niveau d'exportations qui apparaît surestimé , il n'en demeure pas moins qu'il reste beaucoup plus élevé que dans les autres pays européens .

Si l'on reprend les conclusions de l'étude de l'UNESCO (cf infra) , on pouvait constater qu'au début des années 80 , la plupart des pays de la Communauté Européenne recouraient plus ou moins massivement aux importations de fictions anglaises . Les raisons de leur succès résidaient d'abord dans la stratégie délibérée des chaînes qui consistait à trouver des débouchés extérieurs pour rentabiliser des fictions

coûteuses , ensuite , dans la nature de l'intrigue inhérente à chacune d'elles , celle-ci trop souvent négligée dans les analyses apparaît pourtant fondamentale lorsque l'on s'emploie à expliquer le succès des fictions anglaises .

Ces dernières possédaient en effet un caractère ambivalent dans la mesure où elles reflétaient assez bien la "civilisation" britannique notamment au travers du jeu des acteurs et de la représentation des paysages , mais dans le même temps , elles présentaient tout autant un caractère "cosmopolite" en utilisant le plus souvent possible les tournages à l'étranger en prenant appui sur les décors naturels . L'un des exemples les plus évocateurs fut celui de la série "AMICALEMENT VOTRE", celle-ci réalisée en 1971 par la BBC fit l'objet l'année suivante d'une diffusion dans la quasi-totalité des pays européens , on considère aujourd'hui que son succès tenait au fait qu'elle semblait française aux yeux des français , italienne aux yeux des italiens , etc . D'autres séries tournées par la BBC ou par ITV à la même époque présentèrent aussi des caractéristiques identiques et connurent également la gloire à l'étranger , on peut citer notamment "L'AVENTURIER" , "POIGNE DE FER ET SEDUCTION" et "L'HOMME DE VIENNE" .

On peut penser que les différences concernant le contenu des fictions qui devaient être diffusées exclusivement sur les chaînes anglaises et celles destinées plus particulièrement à l'exportation furent de nature à constituer un avantage supplémentaire pour le système "anglais" en lui permettant de répondre à la fois à la demande nationale et à la demande mondiale .

L'ensemble des remarques sur la performances de chaque pays ayant pour cadre l'année 1984 restèrent toujours d'actualités pour les Etats-Unis en 1988 relativisant ainsi considérablement la diminution de leur part relative dans les exportations mondiales . A l'inverse , on pouvait penser que la diminution relative de la position anglaise et l'augmentation de celle la France dans les échanges internationaux de programmes entre ces deux dates ne cadraient pas avec ce schéma d'analyse .

En effet , ces deux pays qui ne disposaient pas d'un marché intérieur de taille suffisante pour rentabiliser leurs fictions ne pouvaient pas moduler leurs prix en fonction du pays importateur , tout au plus pouvait on admettre que certains pays du Tiers-Monde jadis colonies françaises ou anglaises puissent bénéficier ainsi de tarifs préférentiels . Dans ce contexte , l'augmentation considérable du montant des exportations françaises de fictions entre 1984 et 1988 caractérisait en quelques sortes une amélioration de la capacité de ce pays à répondre à la demande mondiale en même temps qu'une dégradation de celle du Royaume-Uni .

L'existence d'une hiérarchie identique entre les principaux pays par rapport à leurs performances dans la production audiovisuelle nous laisse penser que les enseignements du schéma "portérien" sur l' "avantage concurrentiel d'une nation" restaient toujours

valable pour l'année 1988 . En effet , l'apparition de nombreuses chaînes privées en Europe aboutissant à la généralisation du modèle "anglais" n'a semble-t-il pas contribué à réduire les écarts qui existaient à l'origine entre les différents pays . Toutefois , le déplacement de la concurrence des Etats vers les chaînes nous conduisait à relativiser quand même la portée explicative d'un tel schéma et cela pour deux raisons :

D'abord , on n'arrivait pas à expliquer comment le Royaume-Uni parvenait à réaliser de meilleures performances que les autres pays européens au niveau de l'offre de fictions alors que ceux-ci avaient adopté pourtant le même mode de fonctionnement .

Ensuite , comment pouvait-on justifier à la fois la dégradation simultanée des performances et une parfaite similitude des comportements de programmation chez les pays européens alors même que les motifs et les modalités ayant conduit à la déréglementation de leur système divergeaient profondément .

Sans remettre en cause , le schéma "portérien" , on doit admettre qu'il puisse exister d'autres explications susceptibles de répondre à ces deux questions .

SECTION 4 : LES FONDEMENTS THEORIQUES DE L'OFFRE DE FICTIONS EN EUROPE .

Pour tenter d'expliquer dans un premier temps pourquoi la généralisation du système "anglais" à l'ensemble des Etats-Membres a engendré des situations différentes chez certains pays , nous serons amené à nous intéresser tout d'abord à la notion de système "anglais imparfait" . Dans un deuxième temps , pour chercher une justification à l'adoption par les chaînes de comportements similaires en matière de programmation , nous examinerons respectivement la théorie du choix des programmes de STEINER (1954) et les contributions de NOAM (1987) dans ce domaine et enfin l'"Effet d'Imitation" de DUESENBERY(1949) . Les deux premiers concepts découlant par ailleurs directement des contributions d'HOTELLING (1929) sur l'homogénéisation des produits et la segmentation des marchés .

§ 4.1 : L'ADOPTION D'UN SYSTEME "ANGLAIS" IMPARFAIT .

L'analyse des chiffres , relatifs à la part des fictions européennes diffusées par les chaînes laisse transparaître certaines divergences entre les pays au niveau de la structure de leur offre de fictions , on peut en souligner deux :

- une divergence entre les chaînes publiques en Europe concernant la part des programmes d'origine européenne diffusés .

- une divergence entre les chaînes privées en Europe touchant à la place accordée à la diffusion de fictions d'origine américaine .

Par rapport au premier point , on peut constater que les chaînes publiques en Europe adoptent des pratiques de programmation sensiblement différentes lorsqu'il s'agit de fictions . D'une manière générale , les chaînes qui perçoivent des ressources provenant uniquement de la redevance privilégient la diffusion de programmes d'origine européenne (entre 70 et 90 %) ; à l'inverse , les chaînes qui disposent à la fois de la redevance et des recettes publicitaires ont tendance à diminuer la proportion de fictions européennes (entre 40 et 60 %) au profit des fictions américaines .

Concernant le deuxième point , les chaînes privées qui évoluent dans des pays comme l'Allemagne de l'Ouest , l'Italie et l'Espagne , dans lesquels il n'existe ni quotas de diffusion , ni instance de régulation clairement identifiée ont tendance à privilégier plutôt la diffusion de fictions d'origine américaine (entre 60 et 90%) .

Par contre , les chaînes privées françaises sur lesquelles s'appliquent des quotas de diffusion ont une part de programmes américains qui se situe seulement entre 40 et 50% .

Si l'on compare la situation de ces pays avec celle du Royaume-Uni qui sert en quelques sortes de référence dans le secteur audiovisuel , on peut constater qu'il existe entre eux des différences notables sur la manière de construire une grille de programmes . L'origine de ces différences résulte de la mise en place par ces pays d'un système anglais "imparfait" , on peut l'appeler ainsi car il consiste pour la France , l'Allemagne ou l'Italie à autoriser la concurrence au sein du système sans toutefois respecter deux règles essentielles du système "anglais" :

- une stricte séparation dans la manière d'affecter les ressources entre le secteur public et privé ; la redevance pour les chaînes publiques , la publicité pour les chaînes privées .
- la mise en place d'une instance de contrôle chargée de fixer un minimum de règle du jeu (quotas de diffusion par exemple) .

Le non-respect de la première règle par la France et l'Espagne , de la deuxième par l'Allemagne de l'Ouest et l'Italie pourrait expliquer que l'on obtienne des chiffres sensiblement différents avec le Royaume-Uni par rapport à l'offre de fictions . Les chaînes publiques françaises et espagnoles , dont les ressources dépendent en grande partie de la publicité finissent par adopter des comportements identiques à ceux des chaînes privées en matière d'offre de fictions , ce qui les conduit à privilégier la diffusion de programmes américains populaires et peu coûteux .

De la même façon , l'absence d'un contrôle étroit sur l'activité des chaînes privées en Allemagne de l'Ouest mais surtout en Italie les a poussé à favoriser les fictions américaines au détriment des fictions nationales , les premières étant susceptibles de leurs faire réaliser des profits plus élevés .

§ 4.2 : LES APPLICATIONS DU MODELE D'HOTELLING AU SECTEUR AUDIOVISUEL : LES CONTRIBUTIONS DE STEINER ET NOAM .

Les fictions qui sont offertes par les chaînes de télévision se différencient entre eux en fonction de certaines caractéristiques intrinsèques comme la présence d'acteurs connus , la nature de l'intrigue , la durée du programme , etc . Dans le cas présent , les variations d'attributs entre les programmes ne font pas l'objet de jugements de valeur unanimes , on peut préférer un téléfilm américain à un feuilleton français , on dit alors que les deux programmes sont différenciés horizontalement . Le traitement le plus simple de ce type de différenciation nous est fourni par la représentation linéaire du modèle d'HOTELLING (1929) .

Nous ferons apparaître une variante très simplifiée du modèle en nous appuyant pour l'occasion sur KOPP (1990) qui nous présente une version très détaillée .

On suppose que les consommateurs font leurs achats auprès d'un vendeur A ou B. Si l'un des vendeurs augmente ses prix alors que le concurrent les conserve fixes , il constatera une baisse des ventes . HOTELLING conteste cette présentation en considérant que les agents ne se déplacent pas massivement vers le producteur qui baisse ses prix . En effet , en introduisant la notion d'espace , on arrive à ce que l'existence d'une distance entre les points de vente A et B inciterait le consommateur situé en A à attendre que le prix baisse suffisamment en B pour que l'ajout du coût de transport (c) rende toujours le déplacement rentable . Les consommateurs étant répartis aléatoirement entre A et B , les mouvements des consommateurs sont fonction de la baisse des prix et de l'infinie combinaison de coûts de transport possibles qui correspondent à toutes les localisations des consommateurs . L'espace freine ainsi le mouvement créé par la concurrence . La transposition du modèle d'HOTELLING au secteur audiovisuel peut s'effectuer selon les modalités suivantes :

- les deux vendeurs se transforment en deux ou trois diffuseurs d'images gratuites ;
- l'achat de la marchandise et son transport du vendeur 1 ou 2 vers le domicile du consommateur disparaissent ainsi que le prix payé pour la marchandise ;
- l'échange marchand entre vendeurs et consommateurs est remplacé par un choix d'approvisionnement gratuit en programmes de la station 1 ou 2 ;

- la variable "distance" n'est plus la portion de ligne droite physique séparant le vendeur 1 et 2 , mais la matérialisation de l'existence de deux produits différents sur les canaux 1 et 2 . Le choix n'impliquant pas de transfert de revenu du consommateur vers le diffuseur d'images , la variable coût de transport (c) comprise au sens large comme le coût d'opportunité à se fournir chez 1 plutôt que chez 2 disparaît .
- la maximisation du profit des vendeurs , en l'occurrence les stations , ne passe pas par le jeu sur les prix mais par la maximisation de l'audience .

Ayant défini au préalable les différentes transformations qui affectent le modèle initial d'HOTELLING , il nous faut voir à présent les applications qui en ont été faite au secteur audiovisuel .

§ 4.2.1 : LA THEORIE DU CHOIX DES PROGRAMMES DE STEINER .

La théorie du choix des programmes , qui fut développée en 1954 aux Etats-Unis par STEINER et qui découle directement du modèle d'HOTELLING , nous permettra d'expliquer pourquoi la déréglementation en Europe qui s'est traduite par une augmentation du nombre de chaînes , a occasionné de leur part des pratiques de programmation identiques , matérialisées par un accroissement sensible de la diffusion de fictions (séries , feuilletons , téléfilms , etc) a fortiori d'origine américaine .

Les hypothèses de base du modèle sont les suivantes :

- il n'y a que trois chaînes sur lesquelles des programmes peuvent être diffusés .
- ces programmes peuvent être groupés en types distincts , soit A , B , C et D , les programmes d'un même type étant considérés comme des substituts parfaits les uns des autres .
- on peut répartir les téléspectateurs en 4 groupes : 1 , 2 , 3 et 4 , chaque groupe préférant un type de programme différent .
- les téléspectateurs n'ont pas de solutions de rechange en matière de programmes et ne regarderont pas la télévision si leur programme préféré n'est pas présenté .
- si deux chaînes ou davantage présentent le même type de programme , l'audience se répartira également entre elles .
- les recettes publicitaires varient proportionnellement à la taille de l'audience et ne dépendent que d'elle .
- les coûts de chaque type de programme sont identiques , de sorte que maximiser la taille de l'audience revient à maximiser à la fois recettes et bénéfices .

On se pose alors la question de savoir quels types de programmes les diffuseurs du secteur privé choisiront pour chacune des 3 chaînes dans deux cas d'organisation des marchés : lorsque les programmes de chaque chaîne sont établis par un diffuseur indépendant se trouvant en situation de concurrence et lorsqu'ils sont établis par un seul diffuseur en position de monopole .

On considère par ailleurs que la population se réduit à 10000 téléspectateurs qui vont exprimer une seule et unique préférence :

- 7500 préfèrent le programme A (une fiction) .
- 1650 préfèrent le programme B (le journal télévisé) .
- 800 préfèrent le programme C (une retransmission sportive) .
- 50 préfèrent le programme D (un magazine culturel) .

Un certain nombre d'études , notamment celle de JEZEQUEL (1993) nous montrent qu'après les films , les fictions constituent le programme préféré des téléspectateurs ; dans ces conditions , on peut lui affecter la lettre A .

Nous examinerons successivement deux cas de figure , dans le premier cas , le nombre de chaînes est limité à trois , dans le deuxième , le nombre de chaînes sera variable .

1 er cas : Les hypothèses de STEINER avec un nombre de chaînes limité à trois.

Dans l'hypothèse où l'on est en présence de trois chaînes en situation de concurrence , chacune des chaînes a le choix entre deux solutions :

- elles décident de diffuser chacune un programme différent de façon à satisfaire les trois groupes de téléspectateurs les plus importants , elles programmeront alors A , B et C .
- Elles décident de diffuser le même programme de façon à satisfaire le groupe de téléspectateurs le plus important en nombre , dans ces conditions elles ne programmeront que A .

La première solution en situation de concurrence apparaît irréaliste , on voit mal comment une chaîne pourrait s'arroger le droit de satisfaire 7500 téléspectateurs sans que les autres réagissent vigoureusement . C'est la deuxième solution qui s'appliquera en pratique , une chaîne a le choix entre programmer A et se partager l'audience avec les autres , ou choisir de programmer B et C . Si elle choisit A , elle réalisera une audience de $7500/3$, c'est à dire 2500 téléspectateurs , ce qui représente plus que 1650 si elle avait choisit B et 800 si elle avait choisit C . Comme les deux autres chaînes vont

agir dans le même sens, toutes les trois programmeront A et réaliseront chacune une audience qui correspond à 2500 téléspectateurs .

Dans cette situation , seuls les 7500 téléspectateurs qui ont choisi A pourront voir leur programme préféré alors que dans le même temps , 2500 téléspectateurs qui avaient choisi B , C et D ne regarderont pas la télé .

Si l'on prend comme hypothèse que les trois chaînes sont des chaînes publiques agissant dans le cadre d'un monopole , les résultats vont être différents car elles ne seront plus en concurrence mais plutôt complémentaires . Dans ces conditions , la première chaîne va programmer A , la seconde B et la troisième C , ce qui leur permettra de réaliser une audience respective de 7500 , 1650 et 800 impliquant par ailleurs que 9950 téléspectateurs pourront voir leur programme préféré au lieu de 7500 en situation de concurrence .

La théorie du choix des programmes qui s'applique tantôt en situation de concurrence , tantôt en situation de monopole , tend par ailleurs à se vérifier empiriquement . En effet, lorsque l'on observait les pays européens où il n'existait que des chaînes publiques placées en situation de monopole , on pouvait constater une certaine complémentarité au niveau de leur programmation par rapport à une période de référence . A l'inverse , lorsque l'on examinait le comportement des chaînes en concurrence , on constatait plutôt une certaine similitude des pratiques de programmation .

Le tableau numéro 36 nous montre les deux cas de figure lorsque le nombre de chaînes est limité à trois .

Tableau numéro 36 : Choix des programmes avec 3 chaînes .

Préférences des Téléspectateurs	Groupes de téléspectateurs			
	1	2	3	4
Nombre de téléspectateurs	7500	1650	800	50
Type de programme préféré	A	B	C	D
Choix dans une situation de concurrence :				
Types de programmes	A	B	C	D
Nombre de chaînes	3	0	0	0
Nombre de téléspectateurs par chaîne	2500			
Total des téléspectateurs	7500			
Choix dans une situation de monopole:				
Types de programmes	A	B	C	D
Nombre de chaînes	1	1	1	0
Nombre de téléspectateurs par chaîne	7500	1650	800	
Total des téléspectateurs	9950			

L'utilisation de cette théorie nous apparaît toutefois limitée dans le contexte actuel; en effet tous les Etats membres , à l'exception de l'Autriche , ont opté pour le système "anglais" or la théorie du choix des programmes ne semble pas devoir s'appliquer à un système "hybride" . D'autre part , si cette théorie explique pourquoi les chaînes ont recours massivement à la diffusion de fictions , elle n'explique pas pour autant la prédominance des fictions américaines sur les écrans européens .

On peut toutefois dépasser ces limites , si l'on ajoute par ailleurs deux hypothèses complémentaires au modèle de base de STEINER :

- une chaîne publique peut recourir de manière plus ou moins intensive au financement publicitaire .
- les coûts des programmes ne sont pas identiques , maximiser la taille de l'audience n'entraîne pas forcément une maximisation des recettes et des bénéfices .

Le fait pour une chaîne publique de percevoir une part plus ou moins grande de recettes publicitaires implique un certain nombre de conséquences sur sa programmation , en effet , plus cette part est grande , plus elle adoptera un comportement identique à celui d'une chaîne privée ; plus cette part est faible , plus sa programmation sera différenciée . Dans ces conditions , on peut estimer que la théorie du choix des programmes en situation de concurrence s'appliquera à un pays , chaque fois que ses chaînes publiques auront recours massivement à la publicité comme c'est le cas en France . En revanche , dans les pays où les chaînes publiques ne perçoivent que la redevance ou une faible part des recettes publicitaires , c'est la situation de monopole qui s'appliquera .

Dans un deuxième temps , l'hypothèse de la différenciation du coût des programmes permet d'expliquer pourquoi les fictions américaines sont prédominantes dans la grille de programmes des chaînes européennes .

En effet , si l'on considère que les fictions constituent le genre de programme préféré des téléspectateurs , le modèle de base de STEINER devrait conduire les chaînes à diffuser des fictions nationales plutôt qu'américaines , car si les coûts sont identiques , certaines études mettent en évidence une préférence pour les programmes nationaux , REGOURD (1992) . Cette préférence pour les programmes nationaux se matérialise de la manière suivante ; si l'on considère deux programmes : l'un national et l'autre étranger , on peut estimer que le taux d'audience sera plus fort pour les programmes nationaux .

L'analyse empirique de la programmation des chaînes montre pourtant un comportement contraire à celui que laissait prévoir la théorie , cela résulte en fait d'un

calcul effectué par les programmeurs lorsqu'ils doivent choisir entre la diffusion d'une fiction nationale et celle d'une fiction américaine .

Si l'on note TA , le taux d'audience obtenu par un programme national , TA^* le taux d'audience obtenu par un programme américain , C le coût d'un programme national et C^* le coût d'un programme américain , on peut alors comparer les rapports : TA/C et TA^*/C^* .

Le modèle de base considère que $C = C^*$; dans ces conditions , le choix des diffuseurs se portera sur le programme qui permettra de maximiser le rapport entre l'audience et le coût ; les fictions américaines , bien que réalisant une audience moindre que les fictions nationales , possédaient un coût de production beaucoup plus faible qui les rendaient ainsi plus compétitives aux yeux des diffuseurs européens .

2 ème cas : les hypothèses de STEINER avec un nombre de chaînes variables .

Dans la quasi-totalité des Etats-Membres , le système audiovisuel se caractérise désormais par la présence d'une multitude de chaînes qui se livrent à une concurrence acharnée pour attirer une part d'audience devenue beaucoup plus faible . Dans cette optique , il apparaît intéressant d'examiner les pratiques de programmation lorsqu'il existe une multitude de chaînes en concurrence , il nous faut pour l'occasion réutiliser le modèle de STEINER en y introduisant une hypothèse complémentaire qui concerne la situation de "concurrence" . Celle-ci consiste à fixer un nombre minimum de téléspectateurs qu'une chaîne doit atteindre pour être rentable ; dans le cas présent , on considérera que ce nombre est fixé arbitrairement à 800 , ce qui suppose qu'une nouvelle chaîne apparaîtra au sein du système tant que les conditions de concurrence lui permettront d'atteindre ce seuil .

Dans l'autre sens , les chaînes qui sont placées en situation de monopole et qui ne sont pas soumises par définition à l'exigence de rentabilité continueront à adopter la même attitude en matière de programmation .

Si l'on se place dans l'hypothèse où il existe un nombre variable de chaînes , on s'aperçoit que la fixation du seuil de rentabilité à 800 téléspectateurs est susceptible de conduire 9 chaînes à proposer le programme A , dans le même temps , 2 chaînes pourront proposer le programme B et enfin une dernière pourrait proposer le programme C .

Dans ces conditions , on peut constater que la multiplication du nombre de chaînes permet , à l'instar de la situation de monopole de satisfaire le même nombre de téléspectateurs . Cependant , on parvient à cette situation en apparence optimale en multipliant par quatre le nombre de chaînes , ce qui conduit en fait 75 % d'entre elles à diffuser le même type de programme . Le différentiel qui existe au niveau du coût de

production entre les fictions américaines et nationales n'ayant pas disparu , la multiplication du nombre de chaînes s'accompagne inévitablement d'un accroissement proportionnel de la diffusion de fictions américaines .

Le tableau 37 illustre parfaitement cette nouvelle situation :

Tableau numéro 37 : Choix des téléspectateurs avec un nombre variable de chaînes .

	Groupes de téléspectateurs			
Préférences des téléspectateurs	1	2	3	4
Nombre de téléspectateurs	7500	1650	800	50
Type de programmes préféré	A	B	C	D
Nombre minimum de téléspectateurs par chaîne pour équilibrer l'exploitation	800			
Choix dans une situation de concurrence :				
Types de programmes	A	B	C	D
Nombre de chaînes	9	2	1	0
Nombre de téléspectateurs par chaîne	833	825	800	
Total des téléspectateurs	9950			
Choix dans une situation de monopole :				
Types de programmes	A	B	C	D
Nombre de chaînes	1	1	1	
Nombre de téléspectateurs par chaîne	7500	1650	800	
Total des téléspectateurs	9950			

La théorie du choix des programmes nous permet d'expliquer les similitudes en matière de comportements de programmation , toutefois elle nous semble souffrir d'un inconvénient que même l'introduction d'hypothèses nouvelles comme nous venons de le faire ne peut cependant éliminer . En effet , à aucun moment cette théorie nous indique vraiment à partir de quels critères les téléspectateurs fondent leurs choix , ce qui permet de différencier un programme qui recueillera 7500 téléspectateurs de celui qui n'en recueillera que 60 . Même si l'on peut estimer , sur la base d'une multitude d'enquêtes , que ce sont les fictions qui recueillent en premier lieu les préférences des téléspectateurs, quels sont les critères d'appréciation qui impliquent qu'elles soient privilégiées par rapport à d'autres programmes comme l'information ou les émissions

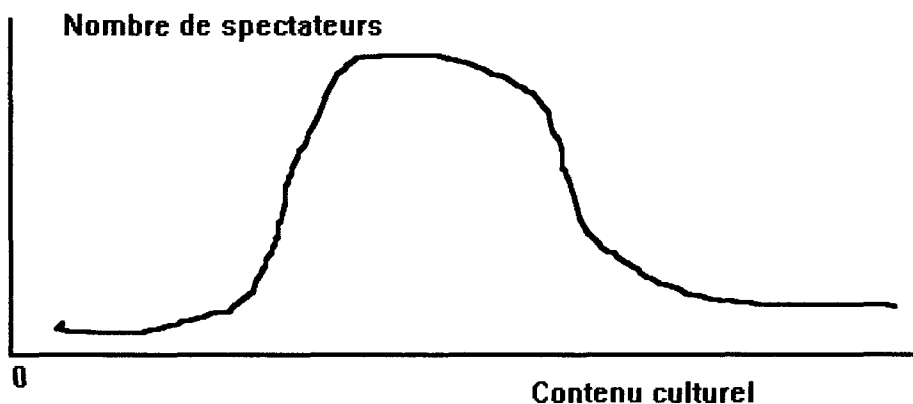
culturelles . Certains développements théoriques récents nous permettent d'apporter une réponse à l'ensemble de nos interrogations .

§ 4.2.2 : LE MODELE DE NOAM .

NOAM adopte une démarche à la fois identique et complémentaire à celle de STEINER , identique dans la mesure où il s'inspire également du modèle d'HOTELLING et tente de comprendre pourquoi les téléspectateurs ont tendance à privilégier l'audience de certaines chaînes plutôt que d'autres , complémentaire parce que contrairement à STEINER , il introduit un paramètre en fonction duquel les téléspectateurs peuvent faire un choix . Cet auteur considère que les chaînes vendent des grilles de programmes , soit aux annonceurs , soit aux téléspectateurs .

On classe ces grilles suivant un contenu culturel plus ou moins élevé ; dans le cas présent , l'élément clé est la répartition des téléspectateurs vis à vis de contenu . Plus une grille présente un caractère culturel , plus le nombre de téléspectateurs est faible , de la même façon que l'on observe les effets inverses pour une grille culturellement faible . D'une manière générale , le nombre de téléspectateurs est maximisé lorsque la grille se situe dans une position médiane , c'est-à-dire avec un contenu culturel moyen . Si l'on admet que l'on puisse qualifier le contenu culturel des programmes par un indice numérique , alors la distribution des spectateurs revêt à peu près la forme suivante avec en abscisse le contenu culturel gradué de 0 à 100 et en ordonnée , le nombre de spectateurs .

FIGURE NUMERO 3 : DISTRIBUTION DE L'AUDIENCIE EN FONCTION DU CONTENU CULTUREL DES PROGRAMMES .



On peut s'apercevoir que le nombre de téléspectateurs varie considérablement en fonction du contenu culturel de la grille des programmes , si celui-ci est faible alors ils le délaisseront de la même façon que s'il apparaît fort , à l'inverse , lorsque le contenu

culturel se situe dans une position médiane en mélangeant à la fois les deux types de programmes , le nombre de téléspectateurs atteint un pic .

L'intérêt de cette démonstration apparaît double , elle permet d'expliquer d'abord comment les chaînes optent pour une stratégie (globale ou avec concentration sur un segment) , elle parvient ensuite à nous faire mieux comprendre la présence massive de fictions américaines sur nos écrans .

Par rapport au premier aspect , on peut estimer que chaque chaîne d'un pays donné s'efforcera d'attirer le plus de téléspectateurs en proposant une grille avec un contenu moyennement culturel , toutefois si toutes les chaînes adoptent un comportement identique alors elles finiront obligatoirement par se partager une forte audience potentielle , ce qui diminuera les possibilités de réaliser des profits élevés . Dans ces conditions , certaines chaînes choisiront de se concentrer sur un segment particulier et proposer des programmes au contenu peu culturel comme M6 ou fortement culturel comme ARTE , par exemple .

Le lecteur pourrait nous objecter que l'on retrouve pareil scénario dans l'approche de STEINER , dans la mesure où une chaîne préférera toujours proposer des programmes identiques à ses concurrentes tant qu'elle est susceptible d'attirer plus de téléspectateurs que si elle avait différencié sa grille .

Pourtant , c'est en fonction du deuxième aspect que le modèle de NOAM apparaît enrichissant dans le sens où il permet de comprendre pourquoi les chaînes publiques avaient massivement recours aux fictions américaines dès le milieu des années 60 . Le raisonnement est en fait très simple ; d'une manière générale , on peut considérer que les fictions américaines ont un contenu culturel très pauvre , lié principalement à la logique commerciale sous-jacente du système américain . Dans ces conditions , la place plus ou moins grande qu'ils occupent dans la grille des programmes provoque un déplacement le long du schéma , leur absence comme sur ARTE place résolument la chaîne à la droite du schéma , à l'inverse , leur prédominance les situent à gauche comme pour M6. Dans le même temps , les chaînes généralistes publiques comme les chaînes privées , dans un souci d'attirer une part importante de téléspectateurs , diffuseront ce type d'émission reflétant parfaitement le caractère non culturel d'une grille . Dans cette optique , on peut penser que les chaînes publiques se situeront au centre droit du schéma , le caractère non culturel sera marqué par la diffusion de fictions américaines , les chaînes commerciales se situeront pour leur part au centre gauche du schéma en leur accordant une place beaucoup plus importante . On constate cependant que le dénominateur commun aux deux chaînes se matérialise par la diffusion plus ou moins grande de fictions américaines .

Si le modèle de NOAM permet de répondre à certaines de nos interrogations , certaines explications sont susceptibles de nous apporter d'autres éclairages .

§ 4.3 : L'EFFET D' "IMITATION" DE DUESENBERY APPLIQUE A L'AUDIOVISUEL .

L'effet d' "imitation" de DUESENBERY (1949) , découle directement des travaux sur la théorie de la consommation ostentatoire qui a été mise en relief par VEBLEN (1899) dans son ouvrage : "Théorie de la classe de loisir".

On peut brièvement résumer le principe de cette théorie : considérons deux groupes d'appartenance : le modèle des A et des non A , les A sont constitués du groupe leader de référence (cadres , profession libérales) , ceux-ci tracent la voie et créent les nouveaux modèles de consommation . Les non A (tous les autres groupes) essaient d'imiter les A et copient leurs dépenses dès qu'ils le peuvent , aussitôt rejoints , les A adoptent de nouveaux signes distinctifs et tracent de nouveaux comportements .

Plus généralement , chaque catégorie socio-professionnelle donnerait à celle qui suit (par les revenus , le statut) un modèle de consommation à reproduire .

Si l'on applique cette théorie au secteur audiovisuel , cela implique de distinguer non plus les A et les non A en terme de catégories socio-professionnelles , mais en terme de chaînes de télé qui existent à l'intérieur de chaque pays , celles-ci reflétant à travers leur programmation les préférences exprimées par leurs téléspectateurs .

Dans ce contexte , on admettra que le groupe des A représente les chaînes de télé américaines , le groupe des non A , les chaînes de télé en Europe . De cette manière , on peut ainsi expliquer pourquoi les chaînes européennes accordent une place si importante à la diffusion de fictions américaines , elles imitent en fait les pratiques de programmation qui existent au niveau des chaînes américaines qui représentent pour elle le modèle à suivre .

L'effet d' "imitation" peut s'appliquer à d'autres domaines de la civilisation (musique , cuisine , habillement , etc) , on pourrait citer les exemples du "Rock", du "Hamburger" et du "Jean's" qui montrent l'influence planétaire exercée par les Etats-Unis sur certains segments spécifiques de la consommation . Les programmes de télé en constituent l'un des exemples les plus remarquables , dans la mesure où l'effet d' "imitation" apparaît perceptible chez les chaînes en Europe depuis le début des années 60 et semble se perpétuer depuis lors .

BROOKS et MARSH (1991) ont mis en évidence dans le cadre des Etats-Unis , un certain nombre de période d'une durée variant de 5 à 8 ans , celles-ci se caractérisaient par la programmation d'un ou deux types de fictions dominantes , on peut en dénombrer cinq :

- la période du "Western Adulte" (1957-Début des années 1960) : ("Au Nom de la Loi" , "Bonanza" , etc) .

- la période de la "Comédie Idiote" (Début des années 60-Fin des années 60) : ("Ma sorcière bien-aimée" , "Flipper le Dauphin" , etc) .
- la période du "Feuilleton Policier" (Fin des années 60-1975) : ("Mannix" , "Columbo" , "Cannon" , etc) .
- la période "ABC" (1975-1980) : ("Les Jours Heureux" , "L'homme qui valait trois milliards" , "Drôles de Dames" , etc) .
- la période des "Soaps-Opéras" (1980-1996) : ("Dallas" , "Dynasty" , "Cosby Show" , "Beverly Hills" , etc) .

L'observation des pratiques de programmation au sein de chaque Etat membre nous aurait permis de juger de l' "effet d'imitation" , malheureusement nous ne disposons que de données précises que pour le FRANCE et le ROYAUME-UNI . En nous référant d'abord aux travaux déjà cités de JELOT-BLANC (1990) sur la programmation des chaînes françaises entre 1954 et 1990 , à ceux de VAHIMAGI (1994) sur les chaînes anglaises , on peut se faire une idée précise de la forme que prend l'effet d'imitation pour ces deux pays .

Notre méthode est simple , elle consiste , pour chacune des périodes américaines de référence , à examiner dans le même temps le nombre de fictions de ce type diffusées sur les écrans anglais et français ainsi que l'écart exprimé en mois qui les sépare de la diffusion aux Etats-Unis . On peut résumer ces résultats sous la forme d'un tableau synthétique .

Tableau numéro 38 : "Effet d'imitation" au Royaume-Uni et en France de 1954 à 1990 .

PERIODE	Fictions US au Royaume-Uni	Ecart en Mois par rapport aux USA	Fiction US en France	Ecart en Mois par rapport aux USA
1955 -1963	15	13 mois	66	97 , 96 mois
1963-1969	3	6 mois	76	83 , 03 mois
1969-1975	2	6 mois	45	53 , 97 mois
1975-1980	3	6 mois	61	40 , 91 mois
1980 -1990	2	6 mois	129	27 , 96 mois

Source : T.VAHIMAGI et JJ.JELOT-BLANC .

Le tableau 38 nous montre deux situations singulièrement contrastées qui méritent quelques commentaires . Si l'on examine d'abord le cas du Royaume-Uni , on s'aperçoit que les fictions américaines y tiennent une place peu importante à l'exception de la période 1955 à 1963 . Durant cette période , la quasi-totalité des fictions américaines diffusées par les chaînes anglaises étaient des "westerns" , légitimant ainsi

l'idée que ce genre de programme a servi initialement de tête de pont en Europe pour les producteurs d'outre-Atlantique . Est-ce à dire qu'à partir de 1963 , les chaînes anglaises avaient délaissé la diffusion de fictions américaines au profit de leur production nationale ? . Répondre par l'affirmative contredirait fortement les chiffres relatifs à la programmation au début des années 80 , nous avons alors constaté l'importance des fictions américaines dans le volume global de diffusion des chaînes anglaises .

On peut avancer une explication qui permettrait de comprendre ce paradoxe , celle-ci a pour cadre le type de programme diffusé , en effet , l'étude de VAHIMAGI souffre d'un léger biais dans la mesure où elle ne prend en compte que les feuilletons et autres séries; par contre , à de rares exceptions , elle n'intègre pas les téléfilms . Or ce type de programmes fait souvent l'objet de diffusions sur les chaînes anglaises et provient d'une manière générale des Etats-Unis .

La situation de la France se différencie fortement de celle du Royaume-Uni dans la mesure où les fictions américaines ont occupé très tôt une place essentielle dans la diffusion des chaînes ; ainsi si l'on observe les différentes périodes , on constate que le nombre de fictions augmente jusqu'en 1969 pour diminuer jusqu'en 1975 et augmenter continuellement depuis . Mais bien plus que leur nombre , l'élément le plus significatif réside dans la réduction de l'écart au fil des années entre la diffusion aux Etats-Unis et la diffusion en France , tout se passe comme si les chaînes françaises demeuraient réticentes à la diffusion des fictions américaines au milieu des années 50 , puis progressivement leur réticence ira en s'amenuisant pour s'orienter vers une convergence avec les Etats-Unis à partir des années 80 . On peut logiquement penser que cette tendance à réduire l'écart entre la diffusion aux Etats-Unis et la diffusion en France continuera à s'amoinrir dans les années 90 et même au delà .

Bien que l'on ne dispose pas de chiffres précis concernant les autres pays européens, une estimation effectuée à partir de nos archives personnelles et qui portent sur la période 76 à 91 laisse apparaître le même phénomène .

Pour conclure ce chapitre , on peut considérer que le mouvement de déréglementation en Europe n'a fait en réalité qu'aggraver le flux de fictions américaines vers la Communauté , un flux qui était déjà perceptible avant le déclenchement du processus et qui témoignait ainsi d'une mauvaise adaptation à la demande nationale chez la plupart des chaînes publiques . Par ailleurs , l'adoption par la quasi-totalité des Etats membres du modèle "anglais" a eu deux conséquences notables sur le fonctionnement du système audiovisuel : la persistance d'un écart avec le Royaume-Uni au niveau des performances globales et l'adoption par l'ensemble des chaînes européennes de comportements identiques en matière de programmation , matérialisés par la présence massive de fictions américaines sur les écrans .

CONCLUSION DE LA DEUXIEME PARTIE

Le vaste mouvement de déréglementation qui a affecté l'ensemble des Etats membres entre 1985 et 1991 a eu comme conséquence essentielle d'augmenter considérablement le nombre de chaînes disponibles . Celles-ci passèrent de 45 en 1985 à 98 en 1991 , soit un doublement du choix offert aux téléspectateurs européens en l'espace de six ans . Le bouleversement notable qui est apparu entre ces deux dates fut un déplacement de la concurrence entre les Etats au niveau de l'offre de fictions vers les chaînes qui évoluèrent désormais dans un environnement concurrentiel .

L'analyse empirique des flux internationaux de programmes nous montre un résultat surprenant , il apparaît qu'il existe une certaine forme de hiérarchie entre les pays par rapport à l'offre de fictions , celle-ci s'effectue entièrement au profit des Etats-Unis qui restent les leaders en répondant à la fois à la demande nationale et mondiale ; pour sa part , le Royaume-Uni se place dans une position intermédiaire alors que les autres pays européens demeurent à la traîne . Le déplacement de la concurrence vers les chaînes , loin de remettre en cause cette hiérarchie semble au contraire l'amplifier , ce qui nous laisse penser que l'avantage initial des Etats-Unis persiste en même temps qu'il semble trouver sa source tant dans les stratégies des chaînes que dans l'ensemble des autres déterminants du schéma .

Par rapport à cela , un autre élément vient également se greffer contribuant à sa manière à déstabiliser encore plus le système audiovisuel "européen" , il est lié plus spécifiquement aux comportements des téléspectateurs ; ces derniers contribuent à amplifier encore plus le flux de fictions qui provient des Etats-Unis et cela de deux manières :

- en adoptant des comportements identiques au niveau de la consommation audiovisuelle quelque soit le pays européen (l'existence d'une préférence pour les fictions conduit en effet plusieurs chaînes à programmer au même instant le même genre d'émission) .
- en ayant des pratiques identiques à celles des téléspectateurs américains avec un certain décalage dans le temps , ce qui implique pour les fictions d'outre-Atlantique d'être diffusées avec quelques années de retard en Europe .

Dans ce contexte , on comprend mal l'attitude des dirigeants européens qui ont choisi d'enclencher le processus de déréglementation sans concertations préalables entre les partenaires , alors même que les signes d'une extrême faiblesse de la production communautaire étaient perceptibles . Face à cela , il apparaît nécessaire de changer à la fois les comportements des chaînes européennes en même temps que le cadre de l'intervention publique .

**3 EME PARTIE : L'EVOLUTION DES STRATEGIES
DES CHAINES ET LE REDEPLOIEMENT DE
L'INTERVENTION PUBLIQUE : QUELQUES
PERSPECTIVES .**

Le vaste mouvement de déréglementation qui a affecté la plupart des pays d'Europe au milieu des années 80 a eu une conséquence essentielle : l'accroissement de la part de fictions américaines diffusées par les chaînes de télé . On peut réellement s'interroger sur les motivations profondes des dirigeants européens par rapport à cette décision lourde de conséquences pour le système audiovisuel , alors que les chaînes publiques censées promouvoir les fictions nationales avaient déjà recours massivement aux importations dès le début des années 80 , (cf chap 6) . Dans le même temps , l'observation des comportements des téléspectateurs européens laissait transparaître une certaine similitude au sein de la Communauté , de nature à amplifier les flux d'échanges en provenance des Etats-Unis .

La combinaison de ces deux paramètres ont fini par faire prendre conscience aux responsables de l'audiovisuel du danger de dilution à terme de l'identité "culturelle" européenne ; afin d'y remédier , ils ont agi en mettant en oeuvre un embryon de politique audiovisuelle commune . Cette modification à la marge de la nature de l'intervention publique s'est accompagnée dans le même temps d'une évolution des comportements stratégiques des chaînes , ces dernières se sont progressivement orientées vers l'adoption de pratiques "coopératives" se substituant aux comportements d' "affrontement" .

L'objet de cette troisième et dernière partie est double , dans un premier temps , à l'instar des deux parties précédentes , il analysera également la nature de l'intervention publique et les stratégies des chaînes qui en découlent en insistant surtout sur les transformations qui ont affecté le système au début des années 90 . Dans un deuxième temps , il examinera les perspectives d'évolution de la situation du secteur en fonction de l'offre de fictions communautaires pour la prochaine décennie .

Le septième chapitre s'efforcera d'étudier le comportement des chaînes si celui-ci évoluait progressivement en abandonnant son caractère "conflictuel" dominant vers des attitudes plus "coopératives" . Contrairement aux deux parties précédentes où l'on considérerait les stratégies sous l'angle "portérien" en les distinguant une à une , on se placera cette fois-ci dans un contexte légèrement différent en les examinant sous un aspect global .

Le huitième chapitre analysera l'évolution de l'intervention publique qui se déplace d'un cadre national vers un cadre communautaire beaucoup plus vaste , celle-ci consistant à favoriser le rapprochement des politiques communautaires en l'axant essentiellement sur la mise en place d'une politique extérieure commune de l'audiovisuel . Les modalités d'application de cette politique par les autorités communautaires impliquent un choix de leur part entre deux alternatives : le libre-échange ou le protectionnisme . Bien qu'en théorie , cette politique se différencie peu de

celles appliquées à d'autres secteurs , sa transposition au secteur audiovisuel vise surtout à contrecarrer l'influence américaine grandissante dans ce domaine .

Dans le même temps , l'intervention communautaire concerne également la politique intérieure , on peut considérer que l'ensemble des mesures adoptées sont essentiellement destinées à favoriser la suppression des barrières au sein de la CEE , favorisant du même coup la libre circulation des programmes .

Le neuvième chapitre marquera une certaine forme de rupture avec l'ensemble des chapitres précédents , dans la mesure où nous tenterons d'analyser d'abord , l'impact sur l'offre de fictions en Europe issu de la combinaison de deux éléments : le comportement des chaînes face à un environnement concurrentiel et la politique extérieure commune de la CEE . La combinaison de ces deux éléments nous permettra de définir quatre scénarii susceptibles de se produire dans un futur proche , dans le même temps , nous ferons apparaître le scénario optimal capable d'inverser la tendance favorable à la diffusion des fictions américaines . Dans une deuxième phase , nous dégagerons un certain nombre d'éléments susceptibles de conduire le système audiovisuel à s'orienter vers un équilibre sous-optimal , c'est-à-dire une situation marquée à la fois par un affrontement entre les chaînes européennes et un libre-échange avec les pays tiers .

CHAPITRE 7 : L'EMERGENCE D'UN NOUVEAU COMPORTEMENT STRATEGIQUE DES CHAINES EN EUROPE.

L'apparition de nombreuses chaînes privées en Europe au milieu des années 80 a engendré dans un premier temps un accroissement de la pression concurrentielle provoquant ainsi un gaspillage des ressources . Prenant conscience progressivement du caractère prédateur rattaché à de telles stratégies , certaines chaînes ont fini par conclure des accords avec leurs concurrentes .

Ces comportements "coopératifs" sont-ils compatibles avec les comportements "conflictuels" au sein du secteur audiovisuel ? . Quelles formes prennent-ils concrètement ? . Comment peut-on apprécier les gains des diffuseurs qui adoptent de telles pratiques ? . C'est à l'ensemble de ces questions que nous nous proposons de répondre dans ce chapitre en adoptant une démarche à la fois théorique et empirique .

L'aspect théorique du chapitre s'orientera dans deux directions , la première consistera à positionner les pratiques "coopératives" par rapport aux stratégies "portériennes" qui dominaient jusqu'à présent . La seconde impliquera d'analyser certaines situations concrètes que l'on rencontre quotidiennement dans la gestion des chaînes de télévision , l'originalité de cette démarche réside dans l'utilisation de la "Théorie des Jeux" . Cette dernière présente selon nous un intérêt dans la mesure où elle nous montre l'absurdité de certaines situations découlant de la recherche de l'intérêt personnel au détriment de celui de la Collectivité .

Concernant l'aspect empirique , nous tenterons de recenser les différentes modalités de la coopération entre les chaînes de télé , en nous attardant à la fois sur les motifs et les formes qu'elles prennent habituellement . Dans un deuxième temps , nous illustrerons certaines attitudes adoptées par les chaînes en montrant le gaspillage de certaines ressources lors d'affrontements frontaux .

Ce chapitre s'attachera à mettre l'accent sur trois points :

- la compatibilité entre les stratégies "portériennes" et les stratégies de "coopération"¹ entre les chaînes de télévision .
- les motifs qui poussent les chaînes à coopérer entre elles , ainsi que les formes de coopérations qui leur correspondent en pratique .
- l'analyse des effets qui résultent de l'adoption de chaque comportement à l'aide d'éléments empruntés à la Théorie des jeux .

¹ On peut définir la "coopération" comme une action conjointe de plusieurs agents économiques qui , devenus partenaires , se lancent dans une entreprise commune , in "La coopération transfrontière entre entreprises en Europe : une vision d'entreprises françaises" , CREI , 1991 , page 6 .

SECTION 1 : LA COMPATIBILITE DES STRATEGIES "COOPERATIVES" AVEC LES STRATEGIES "PORTERIENNES" .

Depuis la guerre , la stratégie d'entreprise s'est développée durant près de 30 ans comme un art de l'affrontement en atmosphère concurrentielle , la stratégie puisant largement son inspiration dans le discours militaire , ULRICH , (1983) . On voit apparaître des termes comme : accumulation de munitions , tête de pont , assaut frontal, mouvement de tenaille , combat d'arrière garde et guérilla , AZAL et ZYF , (1978) . Malgré le développement parallèle de la Théorie des jeux , celle-ci n'a guère influencé l'évolution de l'analyse stratégique . L'ancrage de la pensée américaine pour la concurrence comme processus de régulation , a fait de cette dernière une valeur sociale qui interdit pratiquement que l'on s'intéresse aux jeux à somme non nulles : la stratégie de compétition ne produit que des vainqueurs et des perdants , ULRICH (1983) .

L'effort réalisé ces dernières années pour rapprocher l'analyse industrielle et la gestion d'entreprise est illustré naturellement par les travaux de PORTER aux USA , ce dernier a élargi le champ de l'analyse stratégique grâce à une étude structurelle des secteurs .

Cependant le schéma de PORTER , comme tous les modèles antérieurs (BCG , ADL) place la concurrence au coeur du dispositif stratégique et ne laisse guère de place aux politiques fondées sur l'obtention de résultats mutuellement avantageux .

Les travaux de ARNDT (1983) affirment pour leur part la coexistence de ces deux formes de comportement et insistent sur l'érosion croissante du marché concurrentiel et la montée en puissance des marchés concertés .

Il serait faux de croire à un remplacement des stratégies d'affrontement par les stratégies de coopération , les premières étant de loin les plus nombreuses , mais il est intéressant de noter désormais la cohabitation entre ces deux formes de stratégies .

Il s'agit là d'une nouvelle ère de la stratégie d'entreprise qui s'ouvre , abandonnant le modèle militaire , dont les stratégies tiraient volontiers leur terminologie et faisant du même coup évoluer la théorie ; sous la pression d'un environnement plus turbulent , celle-ci redécouvre les avantages sinon les vertus de la coopération .

Qu'en est-il au niveau des chaînes de télévision ? . Peut-on envisager l'adoption simultanée des stratégies "portériennes" et des stratégies de "coopération" ? .

Pour répondre à ces questions , nous allons examiner successivement les quatre grandes stratégies "portériennes" adoptées par les chaînes en essayant de trouver des points de compatibilité avec une stratégie "coopérative" :

- compatibilité entre une stratégie de domination par les coûts et un comportement "coopératif" .
- compatibilité entre une stratégie de différenciation et un comportement "coopératif" .

- compatibilité entre une stratégie de concentration sur un segment par les coûts et un comportement "coopératif" .
- compatibilité entre une stratégie de concentration sur un segment par la différenciation et un comportement "coopératif".

§ 1.1 : COMPATIBILITE ENTRE UNE STRATEGIE DE DOMINATION PAR LES COUTS ET UN COMPORTEMENT "COOPERATIF" .

La stratégie de domination par les coûts au niveau global est le fait essentiellement des chaînes privées généralistes . Celles-ci , comme nous l'avons vu (cf chap 5) , s'efforcent de maximiser leur profit en adoptant deux attitudes :

- elles s'emploient à offrir des programmes onéreux en espérant maximiser l'audience et ainsi maximiser le montant des recettes publicitaires .
- pour un taux d'audience donné , la chaîne s'efforcera de minimiser ses coûts de production .

Par rapport à ces objectifs initiaux , il peut être intéressant d'extrapoler l'attitude d'une chaîne privée généraliste face à la concurrence d'une autre chaîne , on peut penser que celle-ci variera considérablement en fonction du type de stratégie adopté par l'autre. Si la concurrente adopte la même stratégie parce qu'elle est aussi une chaîne commerciale , alors on peut penser qu'une coopération est virtuellement impossible , car les deux protagonistes s'adressent en même temps au même public . L'affrontement consistera à programmer des émissions au contenu identique en essayant par la même occasion d'attirer le plus de téléspectateurs ; ainsi si l'on considère que le public potentiel des chaînes privées est fixé à 100 personnes , chacune d'elles n'essaiera pas de capter les quelques individus situés en dehors de la cible , mais s'emploiera à réduire la part de l'autre au sein de celle-ci . Une bonne illustration nous est donnée par la France entre 1987 et 1992 avec la lutte acharnée que se sont livrées TF1 et la 5 , les deux chaînes convoitant exactement le même segment de téléspectateur .

Doit-on pour autant conclure à l'impossibilité absolue d'un comportement "coopératif" entre deux chaînes privées ? . On peut répondre par la négative si l'on se place dans un cadre international , la Communauté Européenne par exemple . En effet , si l'on admet qu'une coopération demeure improbable en présence de chaînes transfrontalières (les cibles demeurent identiques et l'audience potentielle tend à s'accroître) , on peut estimer que rien ne s'oppose dans le même temps à ce qu'une coopération s'engage entre des chaînes très éloignées géographiquement . Ainsi lorsque deux chaînes privées ne peuvent , pour des raisons techniques , être reçues dans leurs

zones de diffusion respectives , alors rien ne s'oppose en théorie à ce que des accords de partenariat soient conclus entre les deux .

Il convient cependant d'être prudent , car un accord de partenariat pourrait servir de prétexte à l'une des chaînes pour établir une "tête de pont" dans un but de s'y installer ultérieurement en cas d'élargissement des possibilités de diffusion .

Lorsqu'une chaîne privée est confrontée à une chaîne publique généraliste ayant opté pour une stratégie de différenciation , la conclusion d'un accord de coopération apparaît plus complexe tant il dépend d'une multitude de paramètres que l'on peut énoncer respectivement :

- l'origine des ressources affectées aux chaînes publiques (publicité , redevance , subventions publiques) .
- le plafonnement des recettes publicitaires au sein d'un pays .
- l'attitude plus ou moins agressive des présidents de chaîne .

Les deux premiers paramètres peuvent être appréhendés ensemble dans la mesure où ils concernent étroitement l'aspect financier d'une stratégie . En effet , la part plus ou moins grande des recettes publicitaires dans le budget des chaînes publiques conditionnent en grande partie leurs attitudes face à la concurrence , plus cette part est importante plus leurs pratiques de programmation seront identiques à celles des chaînes privées. Dans ces conditions , une coopération entre les deux chaînes paraît exclue car du point de vue de la chaîne privée , l'attitude de sa concurrente s'apparente trop à celle d'une chaîne commerciale généraliste .

La prise en compte du deuxième paramètre est de nature à modifier les choses dans un sens ou dans un autre , s'il n'existe pas de restrictions publicitaires dans un pays , alors la concurrence entre les chaînes pourrait s'en trouver atténuée d'autant . A l'inverse , un plafonnement des recettes publicitaires conduirait les chaînes privées et publiques à tenter l'une et l'autre de s'approprier la plus grande part du gâteau .

L'attitude plus ou moins agressive des dirigeants de chacune des chaînes peut favoriser ou défaire également des accords de coopération . Ainsi , les responsables des chaînes privées peuvent avoir deux types d'attitude :

- ils choisissent par tous les moyens de réduire la concurrence à la portion "congrue" .
- ils acceptent la coexistence avec les autres chaînes .

La première attitude interdit toute forme de rapprochement entre les chaînes , une chaîne privée cherchera à s'assurer une position de quasi-monopole en réduisant fortement l'audience des autres chaînes , sa réussite dépendra d'abord des moyens dont

elle dispose , elle sera ensuite fonction du comportement des autorités de tutelle du secteur public . Concrètement , on ne peut imaginer que les chaînes publiques disparaissent du jour au lendemain du paysage audiovisuel , même si à l'instar de la France , on voit périodiquement resurgir le débat sur la privatisation de l'une ou l'autre des deux chaînes publiques . Dans cette optique , l'attitude raisonnable des responsables des chaînes commerciales consisterait à s'accommoder de la présence de chaînes publiques fortes en essayant par la même occasion de créer une saine émulation .

Pour résumer , on peut considérer qu'une coopération entre une chaîne publique et privée demeure toujours possible mais qu'elle reste subordonnée à certaines conditions .

Lorsqu'une chaîne commerciale se trouve face à des chaînes qui optent pour une stratégie de concentration sur un segment , soit en dominant les coûts , soit en se différenciant , les caractéristiques particulières de ces dernières laissent supposer qu'une coopération reste possible avec une chaîne commerciale .

Ainsi , si l'on prend en considération une chaîne concentrée sur un segment et qui adopte une stratégie de domination par les coûts , on constate qu'elle revêt très souvent la forme d'une chaîne thématique en ne proposant qu'un ou deux types de programmes . Dans ces conditions , la faisabilité d'un partenariat avec les chaînes privées généralistes sera essentiellement fonction de la part d'audience de la chaîne thématique ; plus cette part sera faible , plus les chances d'un accord apparaîtront fortes . En effet , du point de vue des chaînes généralistes , il peut être avantageux d'envisager une coopération avec une petite chaîne sans craindre que celle-ci ne profite de cet accord pour entamer l'audience de l'autre , les différences de taille sont telles qu'il s'agit presque d'un accord entre "DAVID et GOLIATH" . Dans le même temps , une coopération est susceptible de rencontrer encore moins d'obstacles lorsqu'elle concerne une chaîne thématique qui a opté pour la différenciation car le financement de ses activités de diffusion et dans certains cas le contenu très spécifique de ses programmes , l'éloigne fortement de la logique des chaînes commerciales .

Tableau numéro 39 : Compatibilité entre une stratégie de coopération et une stratégie de domination par les coûts .

STRATEGIES PORTERIENNES	STRATEGIE DE DOMINATION PAR LES COUTS .
STRATEGIE DE DOMINATION PAR LES COUTS .	Coopération improbable à l'exception d'une coopération transfrontière .
STRATEGIE DE DIFFERENCIATION .	Coopération possible sous certaines conditions .
STRATEGIE DE CONCENTRATION SUR UN SEGMENT EN DOMINANT PAR LES COUTS .	Coopération possible en fonction de la part de marché de la chaîne thématique .
STRATEGIE DE CONCENTRATION SUR UN SEGMENT PAR LA DIFFERENCIATION .	Aucun obstacle ne semble devoir s'opposer à l'adoption d'une coopération .

§ 1.2 : LA COMPATIBILITE ENTRE UNE STRATEGIE DE COOPERATION ET UNE STRATEGIE DE DIFFERENCIATION .

La stratégie de différenciation est le fait des chaînes publiques généralistes qui orientent leur programmation de façon sensiblement différentes à celle des chaînes privées . Leur statut juridique semblable en de multiples points à celui des administrations n'implique pas forcément pour elles de faire des profits ; dans ces conditions , leurs attitudes vis à vis des autres chaînes varieront sensiblement par rapport à celles de leurs concurrentes privées .

Si l'on confronte des chaînes publiques avec des chaînes privées généralistes , on peut faire à peu près les mêmes remarques sur les possibilités de coopération que si l'on s'était placé du côté des chaînes commerciales à une exception , qu'il convient de mentionner . On peut estimer en effet qu'un partenariat reste possible entre les deux chaînes , si les dirigeants des chaînes publiques acceptent une fois pour toutes le principe de la domination des chaînes commerciales .

Dans cette optique , la chaîne commerciale devient "leader" en réalisant le maximum d'audience et la chaîne publique se cantonne dans une position de "follower" , c'est-à-dire qu'elle se contente de respecter ses missions de Service Public en réalisant un minimum d'audience . Pris sous cet angle , une coopération sera toujours possible entre les deux chaînes .

Lorsqu'une chaîne publique généraliste se trouve face à une autre chaîne du même type , une coopération entre les deux semble devoir ne rencontrer aucun obstacle majeur , tant sur le plan national qu'au niveau international . En effet , si l'on pousse plus loin notre analyse , on constate que dans un pays quelconque , les chaînes publiques ont toutes le même propriétaire , l'Etat . Celui-ci peut s'efforcer de créer une forme d'émulation entre elles en autorisant le recours à la publicité ou plus simplement en démembrant les Offices publics de Radiotélédiffusion et faire apparaître alors des sociétés autonomes comme ce fut le cas en France en 1974 , avec le démantèlement de l'ORTF . Dans ce contexte , une coopération entre les chaînes publiques apparaît presque un pléonasme tant il est évident qu'elle ne peuvent se faire véritablement concurrence .

Sur le plan international , les coopérations entre les chaînes publiques ont d'une certaine manière existé depuis le commencement des activités télévisuelles avec l'intégration des Offices publics au sein de L'UER (Union Européenne de Radiodiffusion) . En outre , l'absence de financement publicitaire pour de nombreuses chaînes transfrontalières a sans doute facilité le rapprochement ponctuel entre des chaînes étrangères qui auraient pu dans d'autres cas se faire concurrence .

La confrontation entre des chaînes publiques et des chaînes thématiques peut conduire aisément à la signature d'accords de partenariat , tant les objectifs initiaux des chaînes sont différents . En effet , même si les chaînes publiques ont pour mission de satisfaire le plus grand nombre de téléspectateurs en adoptant une programmation diversifiée et courent ainsi le risque de se trouver un jour ou l'autre en concurrence frontale avec les chaînes thématiques . On peut penser que le faible volume global de diffusion pour certains types de programmes rendra ce cas suffisamment rare pour qu'il ne puisse affecter durablement les relations entre les deux types de chaînes . De plus , la pression moindre qu'exerce l' "Audimat" sur les chaînes publiques constitue un élément supplémentaire favorable à la signature d'accords avec des chaînes thématiques .

Tableau numéro 40 : Compatibilité entre une stratégie de coopération et une stratégie de différenciation .

STRATEGIES PORTERIENNES	STRATEGIE DE DIFFERENCIATION .
STRATEGIE DE DOMINATION AU NIVEAU DES COUTS .	Les remarques faites à propos de l'adoption d'une stratégie de domination par les coûts reste valable dans ce cas , une coopération apparaîtra possible si les dirigeants des chaînes publiques acceptent une fois pour toute la domination des chaînes privées .
STRATEGIE DE DIFFERENCIATION .	La conclusion d'accords de coopération apparaît évidente .
STRATEGIE DE CONCENTRATION SUR UN SEGMENT EN DOMINANT PAR LES COUTS .	La coopération ne rencontre aucun obstacle majeur .
STRATEGIE DE CONCENTRATION SUR UN SEGMENT PAR LA DIFFERENCIATION .	La coopération ne rencontre aucun obstacle majeur .

§ 1.3 : LA COMPATIBILITE ENTRE UNE STRATEGIE DE COOPERATION ET UNE STRATEGIE DE CONCENTRATION SUR UN SEGMENT EN DOMINANT PAR LES COUTS .

Les stratégies de concentration sur un segment en dominant par les coûts est le fait de certaines chaînes thématiques qui diffusent généralement des programmes peu onéreux , on range traditionnellement dans cette catégorie les chaînes musicales , les chaînes sportives et les chaînes comme SERIE CLUB qui diffusent de vieilles séries . La confrontation entre ce type de chaînes et les chaînes généralistes , qu'elles soient publiques ou privées , ne nous apporte pas d'éléments nouveaux concernant la faisabilité d'une coopération ; on peut simplement rappeler qu'un accord de coopération

est envisageable dans les deux cas , compte-tenu des caractéristiques d'une chaîne thématique .

De la même façon , on peut considérer qu'aucun obstacle sérieux paraît de nature à empêcher la conclusion d'accords de coopération entre des chaînes thématiques ayant opté pour les deux stratégies de concentration sur un segment , tant elles apparaissent initialement très éloignées l'une de l'autre .

Le seul élément à prendre en considération intervient lorsque deux chaînes thématiques adoptant la même stratégie se retrouvent face à face , il se peut qu'une coopération s'avère impossible si le type de programme diffusé par les chaînes est identique , par exemple , deux chaînes musicales qui émettent à l'intérieur d'un pays pourront difficilement conclure des accords de partenariat . En revanche , rien ne semble s'opposer à ce que ce type d'accord puisse exister si le contenu des programmes est différent .

Tableau numéro 41 : Compatibilité entre une stratégie de coopération et une stratégie de concentration sur un segment par la domination par les coûts .

STRATEGIE PORTERIEENNE	STRATEGIE DE CONCENTRATION SUR UN SEGMENT EN DOMINANT PAR LES COUTS .
STRATEGIE DE DOMINATION PAR LES COUTS .	La coopération est possible à condition que la chaîne thématique ne dépasse pas une certaine part de marché .
STRATEGIE DE DIFFERENCIATION	La coopération est possible .
STRATEGIE DE CONCENTRATION SUR UN SEGMENT EN DOMINANT PAR LES COUTS .	La coopération est possible si le contenu des programmes de l'autre chaîne thématique est différent .
STRATEGIE DE CONCENTRATION SUR UN SEGMENT PAR LA DIFFERENCIATION .	La coopération est possible en raison des objectifs initiaux divergents pour chacune des chaînes .

§ 1.4 : COMPATIBILITE ENTRE UNE STRATEGIE DE COOPERATION ET UNE STRATEGIE DE CONCENTRATION SUR UN SEGMENT PAR LA DIFFERENCIATION .

La stratégie de concentration sur un segment par la différenciation est le fait , comme nous l'avons souligné lors du chapitre 5 , de chaînes thématiques au caractère particulier , soit parce qu'elles font payer le prix de la différenciation sous la forme d'un péage ou d'un "paiement direct" , soit parce qu'elles sont financées par des deniers publics , c'est le cas d'ARTE en France .

Les remarques que l'on vient de faire pour les chaînes thématiques ayant choisi la domination par les coûts demeurent également valables pour ce type de chaîne , la seule

différence avec le cas précédent implique qu'une coopération entre deux chaînes ayant choisi de se différencier sur un segment ne pourra être possible que si le contenu des programmes est différent .

Tableau numéro 42 : Compatibilité entre une stratégie de coopération et une stratégie de concentration sur un segment par la différenciation .

STRATEGIE PORTERIEENNE	STRATEGIE DE CONCENTRATION SUR UN SEGMENT PAR LA DIFFERENCIATION .
STRATEGIE DE DOMINATION PAR LES COUTS .	La coopération apparaît possible .
STRATEGIE DE DIFFERENCIATION .	La coopération apparaît possible .
STRATEGIE DE CONCENTRATION SUR UN SEGMENT EN DOMINANT LES COUTS .	La coopération apparaît possible .
STRATEGIE DE CONCENTRATION SUR UN SEGMENT PAR LA DIFFERENCIATION .	Une coopération demeure possible tant que le contenu des programmes des chaînes qui coopèrent demeurent différent .

SECTION 2 : LES COOPERATIONS DANS LE SECTEUR AUDIOVISUEL : MOTIFS ET FORMES .

L'analyse de la compatibilité entre une stratégie de coopération et une stratégie "portérienne" au sein du secteur audiovisuel nous montre que dans 10 cas sur 16 , il peut y avoir coexistence entre les deux formes sans conditions préalables . Dans 5 cas sur 16 , la coopération demeure possible , mais elle reste subordonnée à la prise en compte de certains paramètres , alors qu'elle semble totalement exclue dans le cas où il y a confrontation entre deux chaînes privées nationales .

Dans cette optique , il nous semble utile de mieux comprendre les motifs qui poussent les chaînes à coopérer et les formes que prennent ces coopérations . Si certaines formes sont identiques à celles que l'on peut rencontrer dans d'autres secteurs , JOFFRE et KOENIG (1985) , d'autres apparaissent en revanche plus spécifiques au secteur audiovisuel .

§ 2.1 : LES MOTIFS DE LA COOPERATION ENTRE LES CHAINES .

On peut considérer qu'une chaîne de télé , lorsqu'elle choisit de coopérer avec l'une de ses concurrentes , le fait d'abord pour améliorer sa rentabilité , dans cette optique , elle va chercher à travers la coopération à gagner à la fois du temps et des

moyens , à obtenir de nouveaux débouchés commerciaux et pour terminer à exploiter un certain nombre de synergies potentielles .

§ 2.1.1 : LE GAIN DE TEMPS ET DE MOYENS .

Gagner du temps constitue pour la plupart des chaînes , un moyen d'économiser substantiellement une partie des ressources qu'elles peuvent alors réaffecter à d'autres usages . On peut estimer que ce motif ne s'applique pas directement à la production de fictions qui fait rarement l'objet de gains de productivité , essentiellement en raison de certaines inerties qui apparaissent au niveau de la main d'oeuvre .

En revanche , la fabrication d'émissions d'information , notamment celle des journaux télévisés et des retransmissions sportives , peuvent faire l'objet d'économies de temps substantielles , si par ailleurs les chaînes consentent à faire appel au concours de chaînes concurrentes (nationales ou étrangères) .

Une chaîne qui dispose de moyens limités au plan matériel et humain ne peut couvrir l'ensemble des événements d'actualité , pour pallier à cette carence ; elle peut conclure un accord avec une autre chaîne qui va lui fournir les images nécessaires à la fabrication de son émission .

Dans les faits , on rencontre deux cas de coopération entre des chaînes ordinairement en concurrence , il s'agit d'abord de la mise en place du réseau de l'Eurovision qui permet à chaque chaîne adhérente de bénéficier des images d'actualité filmées par d'autres chaînes étrangères . Dans ces conditions, une chaîne ne se trouve plus dans l'obligation d'envoyer sur place une équipe de reporters avec du matériel , réalisant du même coup de substantielles économies , tout en ayant accès rapidement aux images .

Selon des modalités un peu différentes , on peut considérer que la couverture des rencontres du Championnat de France de football par de petites chaînes locales consiste à faire "gagner du temps" aux chaînes nationales , ces dernières font l'objet d'une diffusion en léger différé au moyen d'un réseau de transmission mobile .De cette façon , une chaîne comme TF1 qui dispose de l'exclusivité de la retransmission des matchs réalisent un gain de temps appréciable en faisant l'économie de l'envoi d'une équipe de tournage sur chaque terrain .

§ 2.1.2 :LA RECHERCHE DE NOUVEAUX DEBOUCHES COMMERCIAUX.

La recherche par une chaîne de télévision de débouchés commerciaux l'entraîne à conclure des accords de coopération avec des chaînes étrangères , le but étant de

parvenir à écouler plus facilement une grande quantité de programmes qui ne peuvent être rentabilisés sur le territoire national , beaucoup trop étroit .

Dans cette optique , elle peut chercher à co-produire une série télévisée avec une chaîne étrangère et permettre ainsi à l'émission de faire l'objet d'une diffusion simultanée dans les deux pays . On peut penser par ailleurs qu'une chaîne n'intervienne qu'au niveau du financement de la production et non pas sur la production directement ; dans ce cas là , elle ne récoltera qu'une certaine quote-part des bénéfices engendrés par la diffusion des programmes .

§ 2.1.3 : L'EXPLOITATION DE CERTAINES SYNERGIES .

La recherche de synergies constitue sans doute le motif le plus sérieux qui puisse pousser deux chaînes à coopérer entre elles . Les synergies peuvent revêtir des formes assez hétérogènes mais l'on peut penser que l'utilisation de studios en commun d'abord , la mise en place d'une concertation pour la constitution de la grille des programmes ensuite , sont les formes les plus fréquentes . L'exploitation des synergies s'effectue en majeure partie dans un cadre national , car elle reflète une coopération entre les chaînes d'un même pays , une bonne illustration nous est donnée par la fusion de l'exécutif des deux chaînes publiques FRANCE 2 et FRANCE 3 , aboutissant ainsi à une programmation concertée et à l'échange de personnel .

§ 2.2 : LES DIFFERENTES FORMES DE COOPERATION ENTRE LES CHAINES .

Par rapport au trois motifs essentiels qui poussent les chaînes à coopérer entre elles , on peut définir dans le même temps certaines formes de coopération qui vont convenir plus particulièrement à l'un ou l'autre des motifs , voire à plusieurs d'entre eux de façon simultanée .

§ 2.2.1 : LA COOPERATION DE "BONNE CONDUITE" .

Derrière cette expression un peu curieuse , se cache pourtant l'une des formes de coopération la plus répandue au sein du secteur audiovisuel . Celle-ci existe dès lors que deux chaînes choisissent de ne pas s'affronter sans qu'il y ait pour autant un accord de coopération signé entre elles ; on peut la rattacher d'ailleurs implicitement à la recherche de synergies . Dans ce contexte , elle peut prendre la forme d'une concertation au niveau de la programmation ou quelquefois de dons d'émissions à titre gratuit .

§ 2.2.2 : LA COOPERATION COMMERCIALE .

Cette forme de coopération apparaît directement liée à la recherche de débouchés commerciaux , elle consiste en fait pour deux chaînes à s'échanger mutuellement leur production dans le but de les diffuser ultérieurement sur les écrans nationaux . Un accord de commercialisation est généralement assorti de conditions avantageuses pour les deux chaînes , par exemple exclusivité de la diffusion , tarifs préférentiels , etc .

§ 2.2.3 : LA COOPERATION FINANCIERE .

Il s'agit ici de l'une des formes de coopération la plus répandue dans l'Audiovisuel, elle est liée tantôt à la recherche de débouchés commerciaux tantôt à l'exploitation de synergies . Elle consiste pour une chaîne à apporter une certaine quantité de ressources dans la production d'une émission , pour en percevoir ultérieurement les dividendes en cas d'exploitation commerciale et de bénéficier ainsi de l'exclusivité de la diffusion .

§ 2.2.4 : LA CO-PRODUCTION DE FICTIONS .

Il s'agit en fait de la même forme de coopération que la précédente , la différence consiste pour une chaîne à prendre part directement à la production du programme en fournissant , les installations techniques , le personnel et d'une certaine manière son expérience passée .

§ 2.2.5 : LE RECOURS A LA SOUS-TRAITANCE .

Cette forme de coopération se révèle directement liée à la recherche d'un gain de temps par une chaîne de télé , elle consiste en règle générale à faire produire par une autre chaîne une émission qui pourrait matériellement faire l'objet d'une production interne mais qui lui permet de réaliser des économies substantielles en l'externalisant .

SECTION 3 : "COOPERATION" VERSUS "AFFRONTLEMENT" ENTRE LES CHAINES : UNE APPROCHE PAR LA THEORIE DES JEUX .

L'ensemble des chaînes de télé en Europe sont confrontées quotidiennement à un ensemble de situations qui les entraînent à prendre des décisions . On peut analyser ces décisions en les considérant sous l'angle "coopératif" ou sous l'angle "conflictuel" , c'est-

à-dire en mesurant les conséquences en terme de coûts pour la chaîne de l'adoption de l'un ou l'autre de ces comportements .

On peut distinguer plusieurs types de situation :

- un opérateur se décide à investir dans le secteur audiovisuel en créant une nouvelle chaîne qui viendra concurrencer celles déjà présentes .
- une chaîne décide de concentrer ses efforts de programmation sur une partie du public, celle-ci étant par ailleurs l'apanage d'une autre chaîne .
- une chaîne décide de concurrencer directement une autre chaîne au cours d'une période de temps spécifique : le "Prime Time" par exemple .
- une chaîne cherche à s'approprier l'exclusivité des droits de diffusion d'une émission .

On peut estimer actuellement que pour trois des quatre situations évoquées , on se place résolument dans un cadre national et non pas communautaire , la seule exception notable concerne l'appropriation des droits de diffusion de grands événements qui peuvent faire l'objet d'une compétition au niveau européen . On peut penser toutefois qu'en raison de l'évolution des techniques de diffusion d'une part , de la généralisation du mode de transmission numérique d'autre part , le téléspectateur européen pourra disposer de la plupart des chaînes européennes au début du siècle prochain .

Dans ces conditions , on peut raisonner dès maintenant dans un cadre communautaire , chaque chaîne ne considère plus son marché national comme son champ stratégique exclusif mais intègre à présent l'espace communautaire² .

L'ensemble de ces situations peuvent être illustrées à l'aide d'éléments empruntés à la Théorie des jeux , celle-ci distingue en effet plusieurs possibilités , GUERRIEN , (1993) :

- les jeux séquentiels .
- les jeux à coups simultanés non répétitifs .
- les jeux répétitifs à coups simultanés .

§ 3.1: LES JEUX SEQUENTIELS .

Cette forme de jeu présente comme caractéristiques essentielles :

- de se situer dans un environnement où l'information est complète et parfaite .

² Cette hypothèse apparaît à beaucoup comme étant parfaitement irréaliste , tant il demeure un cloisonnement excessif des mentalités en Europe , elle nous permet toutefois d'élaborer un certain nombre de scénarios concernant l'évolution du secteur au niveau global .

- de permettre à l'un des deux joueurs de jouer après que le premier joueur l'ait fait au préalable , ce qui implique que le deuxième joueur a une totale connaissance des intentions réelles du premier .

Par rapport à l'ensemble des situations évoquées précédemment , deux d'entre elles semblent correspondre tout à fait à ce cas de figure , il s'agit d'abord de l'opérateur désireux d'entrer sur un marché où figurent déjà des chaînes de télé , il s'agit ensuite d'une chaîne qui souhaite capter une partie de l'audience potentielle d'une de ses concurrentes .

Examinons successivement les deux cas de figure en déterminant l'ensemble des scénarios susceptibles de se produire .

§ 3.1.1 : UN OPERATEUR CHERCHE EN CREAT UNE CHAINE A CONCURRENCER LES AUTRES CHAINES DEJA PRESENTES SUR LE MARCHE .

Si l'on admet que les contraintes techniques permettent toujours à une nouvelle chaîne d'entrer sur le marché (hypothèse d'absence de barrières à l'entrée) , cela implique pour elle d'investir une somme considérable dans l'achat de programmes pour s'attirer ainsi une partie de l'audience . Dans ces conditions , la chaîne³ déjà présente peut avoir deux types d'attitude , soit elle accepte la concurrence de la nouvelle venue et dans ce cas elle ne change rien à sa stratégie , on dira alors qu'elle "coopère" , soit elle se décide au contraire à riposter en investissant massivement dans l'achat de nouveaux programmes , on dira dans ce cas qu'elle privilégie l' "affrontement".

Dans le même temps , l'opérateur potentiel se trouve confronté également à deux alternatives , ayant une parfaite connaissance du comportement probable de la chaîne en présence , il peut choisir d'investir tout de même dans le secteur ou alors de ne pas y entrer en maintenant ainsi la chaîne existante en situation de monopole .

La chaîne en situation de monopole a également le choix entre deux types d'attitude dans l'hypothèse où l'autre décide de ne pas entrer , soit elle décide de ne rien changer à ses habitudes ce qui apparaît logique puisqu'elle n'a pas de raisons valables de réagir , soit elle se décide quand même à investir en dissuadant de la sorte des tentatives ultérieures d'intrusion au sein du secteur .

On peut trouver une illustration de ces différents types d'attitudes , en nous référant explicitement aux comportements adoptés par les chaînes publiques au milieu

³ On considérera dans un souci de simplification qu'il n'existe qu'une seule chaîne en présence sur le marché qui détient un pouvoir de monopole .

des années 80 lors de l'intrusion des nouvelles chaînes privées , LE CHAMPION et RASAMOELA (1992)⁴ distinguaient pour leur part quatre types d'attitudes :

- la stratégie d'immobilisme (RTBF et les deux télévisions publiques allemandes , ZDF et ARD) , adoptée soit parce que les chaînes publiques n'avaient pas les moyens de s'opposer aux chaînes privées (RTBF) , soit parce que la concurrence n'était pas encore suffisamment développée pour justifier un changement de stratégie , alors que ces chaînes proposaient des produits de qualité (ARD , ZDF) .
- la stratégie d'opposition (BBC1 et BBC2) , par laquelle les firmes tentèrent de composer avec le modèle du privé (augmentation de la fiction) tout en développant des objectifs propres (accent mis sur l'information , maintien de la mission d'éducation à un niveau élevé) .
- la stratégie d'affrontement partiel (A2 et FR3) , où l'une des chaînes du secteur public allait dans le sens d'une commercialisation accrue , afin de concurrencer le secteur privé sur son propre terrain , alors que l'autre adoptait une stratégie de différenciation par rapport au privé et de complémentarité par rapport à la première .
- la stratégie d'identification (RAI , RTVE) selon laquelle l'affrontement avec le privé est recherché de manière directe dans les domaines où les chaînes privées excellent (divertissement léger , fiction bas de gamme) .

Les deux premiers types de comportements apparaissent incontestablement "coopératifs" , ils se traduisent concrètement par l'absence de riposte à l'entrée d'un nouveau venu , par contre , les deux autres sont , de par leur nature , plutôt "conflictuels" et correspondent à une réaction des chaînes ayant initialement une position de monopole .

§ 3.1.2 : UNE CHAÎNE SOUHAITE CAPTER UNE PARTIE DE L'AUDIENCE POTENTIELLE DE L'UNE DE SES CONCURRENTES .

Le scénario précédemment évoqué s'applique plus particulièrement aux chaînes publiques subitement confrontées à la concurrence des chaînes privées , car il prend en compte les stratégies des chaînes globalement et non pas sous l'angle de la programmation uniquement . Le fait d'intégrer spécifiquement la programmation nous permet de mieux cerner une autre situation , celle qui confronte deux chaînes privées entre elles , la première cherchant à entamer une partie de l'audience de la seconde déjà en place .

⁴ R.LE CHAMPION , P.RASAMOELA : "Le positionnement des chaînes publiques et privées en Europe" , Conseil Supérieur de l'Audiovisuel , page 110 , Aout 1992 .

Dans ces conditions , les stratégies des chaînes sont les suivantes : pour la chaîne qui démarre , l'objectif consiste à maximiser le plus rapidement possible son taux d'audience de façon à être rentable . Pour cela , elle va dépenser une certaine somme d'argent dans l'achat de programmes de qualité susceptibles de plaire à un large public en espérant pour l'occasion attirer une partie de l'audience de la chaîne déjà en place .

La chaîne en place pour sa part se retrouve une fois encore devant une alternative , soit elle laisse faire en ne changeant rien à sa programmation actuelle , on dira alors qu'elle "coopère" , soit elle prend la menace très au sérieux et elle proposera à son tour de nouveaux programmes destinés à maintenir son audience à un niveau constant .

La chaîne qui envisage de s'approprier une partie de l'audience de sa rivale dispose également de deux possibilités , connaissant la situation réelle de sa concurrente , elle peut choisir de mettre effectivement en oeuvre sa stratégie de conquête , en courant le risque d'un "affrontement", ou alors consciente de la position dominante de l'autre , elle renonce à combattre .

Une bonne illustration de ce phénomène nous est fourni par la France au milieu des années 80 lors de la création de la 5 , de M6 et de la privatisation de TF1 . La première chaîne ayant jusque là un statut de chaîne publique et occupant la place de leader pour l'audience , se retrouva du jour au lendemain dans l'obligation de maintenir sa position dominante en axant ses efforts sur la programmation . Dans ce contexte, l'apparition respective de la 5 et de M6 correspondait parfaitement au type de situation décrit par un jeu séquentiel , la 5 cherchant à s'approprier une partie de l'audience de TF1 en diffusant le même type de programmes , TF1 qui disposait par ailleurs de beaucoup de moyens , choisissait à son tour de riposter .

Pour M6 , la situation apparaissait sensiblement différente dans la mesure où elle ne disposait pas des mêmes moyens que la 5 , son attitude s'apparentait d'une certaine manière à un refus d'attaquer directement TF1 en s'appuyant au contraire sur une programmation différenciée , CORIAT (1994) . Face à M6 , l'attitude de TF1 fut beaucoup plus passive , car cette chaîne ne présentait pas à court terme un réel danger pour son équilibre , même si sur le long terme , elle pouvait se révéler un handicap dans le sens où elle finirait par fidéliser une masse d'audience importante .

Les deux types d'attitude que l'on vient de décrire peuvent faire l'objet d'une représentation sous la forme d'un jeu stratégique que l'on appelle : "le jeu du Monopole et du Nouveau Venu" . Celui-ci met en présence deux "joueurs" , le premier occupe déjà une place dans un secteur particulier , une chaîne de télévision par exemple , le deuxième est représenté par un joueur désirant contester la position du premier , il s'agira ici d'une nouvelle chaîne .

Chaque jeu représenté sous sa forme stratégique détermine une matrice de gains associée à chaque joueur , en présence de deux chaînes de télévision , les gains

représenteront en fait l'écart entre l'audience globale d'une chaîne⁵ et les dépenses associées à l'achat ou à la production des programmes . Les gains peuvent varier en fonction de l'augmentation de l'audience ou du coût des programmes .

		M	
		Ne riposte pas	Riposte
NV	Entre	(50 , 50)	(20 , 30)
	N'entre pas	(0 , 100)	(0 , 80)

Le jeu stratégique nous donne plusieurs enseignements sur les gains escomptés de la part de chacune des chaînes⁶ , prenons d'abord le cas le plus simple , celui où NV choisit de ne pas entrer dans le secteur , dans ce cas là , le gain pour M est respectivement de 100 francs et de 80 Francs et de 0 francs pour NV . Si par contre NV choisit de rentrer , alors la nature des gains variera considérablement en fonction de l'attitude de M , soit M choisit de ne pas riposter et alors les gains sont équitablement partagés , soit M choisit la solution inverse et dans ce cas , les gains diminuent à la fois pour les deux joueurs .

Il convient à ce stade de notre démonstration d'expliquer pourquoi suivant , les types de situation , on aboutit à de tels résultats et ce que représente exactement la nature des gains obtenus .

Si NV choisit de ne pas entrer au sein du secteur , les gains pour M sont maximum , 100 francs représentent en fait les profits qui résultent de la mise en place par les chaînes d'une grille de programmes spécifique , chaque programme permettant de maximiser ainsi l'écart existant entre les recettes générées par sa diffusion et son coût de production . Le deuxième cas de figure qui correspond à celui où NV choisit de ne pas rentrer , mais qui provoque quand même une riposte de la part de M entraîne une diminution de ces gains escomptés qui passent de 100 à 80 Francs . Cette baisse peut s'expliquer par le surinvestissement que M est amené à faire dans l'achat de programmes de qualité , alors que son audience potentielle reste toujours constante .

Si NV choisit au contraire de rentrer , on s'aperçoit dans un premier temps que les gains se partagent équitablement entre les deux chaînes , cela s'explique par l'adoption d'un comportement "coopératif" de la part de M qui choisit de consacrer une somme sensiblement identique à l'achat de programmes , sachant toutefois que son audience

⁵ On devrait dire en fait les recettes qui découlent directement de l'audience , recettes publicitaires pour les chaînes privées , dotations en redevance pour les chaînes publiques .

⁶ Les gains sont purement fictifs , il apparaît difficile de connaître avec exactitude la nature des gains et des pertes de chacune des chaînes dans une situation réelle , on peut cependant penser qu'ils cadrent assez bien avec une situation réelle .

diminuera nécessairement . De son côté , NV en investissant une certaine somme peut s'attendre à capter une audience significative qui lui procurera un gain de 50 Francs .

Si l'on considère à présent la dernière issue du jeu qui correspond à l'adoption par M d'un comportement "non coopératif", on s'aperçoit ici qu'il y a une diminution des gains, mais qui ne se répartissent pas à l'identique entre les deux joueurs . En effet , si M choisit de riposter en surinvestissant dans l'achat de programmes , NV en fera de même en espérant de la sorte capter une audience lui permettant d'être rentable , tout cela conduit nécessairement à un gaspillage des ressources qui auraient pu être utilisées différemment et à un morcellement inévitable de l'audience .

Le différentiel de gain entre les deux joueurs s'explique ici par la position dominante de M , qui en ripostant bénéficiera toujours d'un avantage sur NV dans le sens où elle aura pu fidéliser une partie de l'audience grâce à certains rendez-vous réguliers (journal , émissions sportives , etc) , alors que NV devra faire un effort beaucoup plus conséquent pour capter une partie de l'audience potentielle .

Pour conclure sur ce type de jeu particulier , on constate que les chaînes ont plutôt intérêt à adopter un comportement "coopératif" , M parce que son gain sera plus élevé si NV n'entre pas , même si NV choisit en fin de compte d'entrer dans le secteur . Le gain optimal pour la Collectivité sera de 100 francs ($100 + 0$, $50 + 50$) , il correspond ici à des bénéfices qui pourront être réinvestis par les chaînes dans la production propre. On peut estimer par ailleurs que la Collectivité bénéficiera d'un gain identique , qu'il y ait une ou deux chaînes , la présence de deux chaînes même si elle ne permet pas d'atteindre des bénéfices élevés , implique une plus grande diversification de l'offre de programmes .

A l'inverse , on peut constater que l'adoption par les chaînes d'un comportement d'"affrontement" réduit considérablement le gain total , respectivement 80 et 50 francs , il en résulte une diminution du profit des chaînes qui vont être à l'avenir beaucoup plus attentives au coût des programmes , privilégiant alors l'achat de fictions peu onéreuses .

§ 3.2 : LES JEUX A COUPS SIMULTANES NON REPETITIFS .

Nous venons de voir deux exemples de situation que les chaînes de télé confrontées à la concurrence sont susceptibles de rencontrer , on peut trouver cependant d'autres types de problèmes dans la gestion quotidienne des chaînes qui ne peuvent pas être illustrés par ce type de jeu . En effet , lorsque des chaînes ne peuvent avoir connaissance au préalable des stratégies de leurs concurrentes , l'utilisation d'un jeu sous sa forme séquentielle apparaît alors inapplicable , c'est le cas notamment de deux types de situation où l'information est complète mais imparfaite :

- lorsqu'une chaîne décide de concurrencer sa rivale au cours d'une période particulière, par exemple : "le Prime Time".
- lorsqu'une chaîne décide de s'approprier l'exclusivité des droits de diffusion d'une émission , par exemple , la retransmission des matchs de football .

§ 3.2.1 : UNE CHAINE CHOISIT DE CONCURRENCER SA RIVALE AU COURS D'UNE PERIODE PARTICULIERE : LE "PRIME TIME".

La période du "Prime Time" correspond pour n'importe quelle chaîne à celle où l'audience potentielle atteint son maximum , CHANIAN et BOURDON (1990) , dans ces conditions chacune s'efforce de proposer les meilleurs programmes qui lui permettront de maximiser son profit . Placée dans un environnement concurrentiel , chaque chaîne s'emploiera à diffuser soit des émissions susceptibles d'attirer une audience plus forte que les autres , soit à proposer des programmes peu onéreux mais qui engendreront une audience moindre : La différence essentielle qui existe avec la situation précédente réside dans le fait que les chaînes n'ont en théorie pas connaissance des intentions profondes de leurs concurrentes , cette incertitude les place d'une certaine manière dans la situation décrite par le "Dilemme du Prisonnier" .

On considère deux chaînes , la chaîne 1 et la chaîne 2 et deux types de programmes A et B , le programme A permet de réaliser des taux d'audience élevés mais il se révèle très onéreux , on admettra qu'il permet de générer des gains importants, le programme B pour sa part ne permet pas d'atteindre un niveau d'audience élevé mais il a un coût faible , ce qui entraîne un gain faible par la même occasion . N'ayant aucune connaissance préalable des intentions de l'autre , chaque chaîne décide de programmer soit A , soit B , ce qui nous donne quatre scénarios possibles :

- la chaîne 1 diffuse un programme A alors que la chaîne 2 diffuse un programme B .
- la chaîne 2 diffuse un programme A alors que la chaîne 1 diffuse un programme B .
- les deux chaînes diffusent un programme A .
- les deux chaînes diffusent un programme B .

On peut illustrer ces différentes situations sous la forme d'un jeu stratégique :

		CHAINE 1	
		PROGRAMME A	PROGRAMME B
CHAINE 2	PROGRAMME A	(50 , 50)	(100 , 30)
	PROGRAMME B	(30 , 100)	(20 , 20)

On peut s'apercevoir que l'ensemble des situations donnent des gains sensiblement différents , ainsi si les chaînes 1 et 2 choisissent de diffuser les programmes A et B , on constate que les gains sont respectivement de 100 et 30 francs , ce qui représente pour la Collectivité , un profit global de 130 francs qui pourra être réinvesti dans la production propre . On peut expliquer la nature de ces gains de la manière suivante : la chaîne qui choisit de diffuser le programme A va maximiser l'audience car l'autre chaîne privilégie la programmation d'une émission moins populaire . Toutefois , le gain apparaît maximum pour la Collectivité dans la mesure où les téléspectateurs ont un plus large choix d'émissions à leur disposition .

On peut qualifier ce type de comportement de "coopératif" , dans la mesure où l'une des chaînes accepte de se situer sur un autre créneau que sa concurrente , on rencontre ce cas de figure principalement en France et au Royaume-Uni . En France d'abord avec la fusion des exécutifs de FRANCE 2 et FRANCE 3 , celle-ci ayant abouti à développer une profonde complémentarité au niveau de la programmation , complémentarité qui était le but recherché en signant cet accord . Le Royaume-Uni d'autre part , qui constitue à ce jour le meilleur exemple d'une cohabitation réussie entre le secteur public et le secteur privé , chacune des chaînes disposant d'une politique de programmation spécifique pour le bien de l'ensemble des téléspectateurs , AUTISSIER , MATTELART (1991) .

Les deux autres situations reflètent pour leur part , un comportement d'"affrontement" marqué par le fait que les chaînes diffusent le même type de programme au même instant , ce qui les entraîne à privilégier le même segment d'audience . Les gains apparaissent sensiblement différents suivant que la concurrence porte sur un programme de type A ou B . Pour un programme de type B , on constate que les gains sont minimes , ce qui s'explique aisément par le fait qu'il ne recueille que peu d'engouement de la part du public ; dans ces conditions , l'audience déjà faible se partage entre les deux chaînes laissant par ailleurs une grande partie des téléspectateurs profondément insatisfaits .

Une bonne illustration de ce type de situation nous est fournie une fois encore par la France entre 1981 et 1984 , FLORENSON , BRUGERE et MARTINET , (1987) . Celle-ci à travers ces trois chaînes publiques s'était orientée vers une programmation que l'on pourrait qualifier d' "élitiste" , ce qui a eu comme conséquence de faire baisser le niveau d'audience globale de façon significative .

Le scénario , qui consiste pour les chaînes à diffuser un programme du type A au même instant , modifie également la nature des gains ; lorsque deux chaînes diffusent des émissions onéreuses , susceptibles de réaliser des taux d'audience élevés , il se produit un certain morcellement de l'audience qui conduit à des gains certes plus élevés que pour B , mais inférieurs à ceux attendus . Dans ce contexte , il apparaît également que

le profit global pour la Collectivité est sensiblement inférieur à celui qui survient en équilibre "coopératif", 100 francs au lieu de 130 francs, ce qui nous montre du même coup les pertes qu'engendre une situation concurrentielle.

Dans ces conditions, on pourrait penser que les chaînes auraient intérêt d'une certaine façon à s'entendre plutôt qu'à s'affronter, pourtant les incertitudes qu'elles peuvent avoir concernant l'attitude de l'autre vont les pousser à adopter un comportement qui apparaît tout à fait préjudiciable à la Collectivité.

Si l'on se met à la place de la chaîne 1, en choisissant de programmer B, elle peut s'attendre à réaliser un gain modeste mais intéressant si l'autre chaîne diffuse A, cependant comme elle sait que la diffusion d'un programme A lui procurera un gain supérieur si l'autre propose dans le même temps B, alors elle choisira forcément A. Comme l'autre chaîne réagit de la même façon, on se retrouve inévitablement en situation où les deux chaînes programment A, c'est-à-dire une situation sous-optimale marquée à la fois par un gaspillage des ressources et une non-satisfaction d'une partie du public.

§ 3.2.2 : UNE CHAÎNE CHERCHE À S'APPROPRIER L'EXCLUSIVITÉ DES DROITS DE DIFFUSION D'UNE ÉMISSION.

Certaines émissions lorsqu'elles sont vendues peuvent faire l'objet d'une appropriation privative de la part d'une chaîne, il en va ainsi des droits de retransmission de grands événements sportifs comme les Jeux Olympiques, la Coupe du Monde de Football. Il reste en outre que ce type d'émission recueille très souvent un taux d'audience maximum, ce qui constitue alors un enjeu majeur pour une chaîne désireuse de s'approprier l'exclusivité des droits de diffusion.

Le principe demeure en fait relativement simple, chaque chaîne décide de faire une offre au propriétaire de l'émission afin de lui arracher le droit de diffuser son programme, le vendeur cédera son émission à la chaîne qui a fait la meilleure offre sachant que si deux chaînes ont fait des propositions identiques, elle devront se partager les droits de diffusion.

Dans ces conditions, les deux chaînes : 1 et 2 se retrouvent face à deux alternatives : faire une offre forte ou faire une offre faible, ce qui nous place devant quatre possibilités :

- la chaîne 1 fait une offre faible et la chaîne 2 une offre forte.
- la chaîne 1 fait une offre forte et la chaîne 2 une offre faible.
- les deux chaînes font une offre forte.
- les deux chaînes font une offre faible.

Les gains respectifs de chaque chaîne dépendront respectivement de l'audience attendue de la diffusion du programme d'une part , du prix à payer pour s'octroyer de l'exclusivité des droits de diffusion d'autre part .

On peut résumer également ces différentes situations sous la forme d'un jeu stratégique:

		CHAINE 1	
		Offre Forte	Offre Faible
CHAINE 2	Offre Forte	(30 , 30)	(100 , 0)
	Offre Faible	(0 ,100)	(50 , 50)

Les gains respectifs de chacune des chaînes peuvent s'expliquer de la manière suivante : si l'une des deux chaînes se décide à faire une offre forte tandis que l'autre fait une offre faible , le gain sera alors de 100 francs pour la chaîne qui s'assure de l'exclusivité des images .

Par contre , si les deux chaînes arrivent d'une façon ou d'une autre à s'entendre et choisissent délibérément de limiter leurs dépenses en "coopérant" , cela leur rapportera un gain identique de 50 francs avec un profit global pour la Collectivité égal à 100 francs . On remarquera par ailleurs que ce dernier reste identique à celui qui existe en cas d'exclusivité , ce qui s'explique de la manière suivante , dans le premier cas , une chaîne de télé s'approprie la totalité de l'audience mais à un prix élevé . Dans le deuxième cas , l'audience se partage en deux mais elle s'obtient à un prix relativement peu élevé pour les deux chaînes , ce qui leur permet de dégager des bénéfices tout en assurant dans le même temps une couverture différenciée de la retransmission sportive d'où le profit identique pour la Collectivité .

Le dernier cas de figure est celui qui apparaît le moins avantageux pour les chaînes comme pour la Collectivité , il implique un partage des droits de diffusion mais obtenu avec un coût élevé . Dans ce cas , on s'aperçoit que le gain des deux chaînes tombe à 30 francs au lieu de 50 ou 100 francs pour les autres situations , le profit global est égal à 60 francs entraînant une perte considérable de ressources qui ne peuvent être réaffectées dans la production propre .

Un comportement rationnel des chaînes les conduirait à privilégier une solution d'entente , pourtant la poursuite de leurs intérêts respectifs les poussent à s'approprier l'exclusivité totale de la diffusion ; comme chaque chaîne agit d'une façon identique , cela suppose qu'elles fassent toutes les deux une offre forte , ce qui se révèle , nous venons de le voir , extrêmement préjudiciable pour la Collectivité .

§ 3.3 : LES JEUX REPETITIFS A COUPS SIMULTANES .

Les deux types de situation étudiées , présentent un caractère résolument simultané et non plus séquentiel ; cependant , on peut aller plus loin dans l'analyse en considérant que ces deux opérations se reproduisent non pas une seule et unique fois , mais plusieurs fois dans la vie d'une chaîne . Concernant la programmation sur la période du "Prime Time", celle-ci se renouvelle tous les jours si bien que les chaînes ont une parfaite connaissance des intentions profondes de leurs concurrentes et peuvent ainsi adapter leur comportement en conséquence . A l'inverse , on peut estimer que l'appropriation de l'exclusivité des droits de diffusion présente un caractère beaucoup plus occasionnel dans la mesure où elle se produit au cours d'intervalles de temps plus espacés .

L'introduction dans ce schéma du caractère répétitif modifie un peu la nature des gains de chacun des joueurs , on doit distinguer pourtant la programmation de l'appropriation des droits de diffusion .

Concernant la programmation au niveau du "Prime Time" , on peut penser que la nature des gains ne va pas être modifiée mais seulement le comportement des chaînes qui prendra des formes définitives en privilégiant un comportement d' "affrontement" . En effet , si l'on réexamine les situations qui caractérisent les pratiques de programmation des chaînes , on s'aperçoit que l'existence de coups simultanés poussent les chaînes à diffuser toujours le même type de programmes: onéreux mais générateurs de fortes audiences .

Face à ce contexte un peu particulier , deux types de situation peuvent être envisagés :

- soit l'une des deux chaînes accepte définitivement la domination de l'autre , ce qui la conduit à programmer B sachant que sa rivale diffusera toujours A . L'illustration parfaite de ce phénomène nous est fournie par le Royaume-Uni au sein duquel les chaînes publiques ont résolument opté pour une stratégie de différenciation .
- soit l'une des chaînes ne peut se résoudre à accepter une quelconque domination de la part de sa rivale , dans le cas présent , les deux diffuseront toujours A les conduisant d'une certaine façon à gaspiller des ressources .

Par rapport au problème de l'exclusivité des droits de diffusion , on peut penser que les gains vont se modifier sensiblement en fonction de la répétitivité de l'action . En effet , les chaînes ayant eu l'occasion de tirer la leçon de leurs expériences passées peuvent adopter plusieurs attitudes :

- les deux chaînes s'entendent définitivement pour faire une offre basse et se partager ainsi le droit de diffuser l'émission à un coût faible .

- l'une des deux chaînes désire réellement s'approprier l'exclusivité des droits de diffusion en faisant une offre supérieure à celle qu'elle avait l'habitude de faire , espérant par la même occasion que l'autre chaîne fera une offre beaucoup plus basse .
- les deux chaînes pensant chacune que l'autre fera une offre basse font une offre importante .

Toutes ces situations peuvent être résumées par un jeu stratégique :

		CHAINE 1	
		Offre Forte	Offre Faible
CHAINE 2	Offre Forte	(10 , 10)	(80 , 0)
	Offre Faible	(0 , 80)	(50 , 50)

La modification de la nature des gains s'explique de la manière suivante , si les deux chaînes finissent par s'entendre et accepter le principe d'un partage de l'audience alors les gains resteront identiques à ce qu'ils étaient précédemment . Par contre , si l'une des deux chaînes choisit délibérément de surenchérir pensant que l'autre fera une offre basse , elle s'appropriera alors l'exclusivité des droits de diffusion mais à un prix plus élevé qu'auparavant , provoquant ainsi une baisse des gains de 100 à 80 Francs . Si dans le même temps , les deux chaînes se décident à surenchérir simultanément , on se retrouve alors dans la même situation que précédemment , celle-ci étant marquée par une égale répartition des gains d'un niveau faible compte tenu des sommes engagées pour s'approprier l'exclusivité des droits de diffusion .

On constate une fois de plus que l'adoption d'un comportement "conflictuel" semble de nature à réduire considérablement les gains des chaînes , ce qui finirait par apparaître préjudiciable pour leur équilibre financier à plus ou moins long terme .

En règle générale , il apparaît que l'adoption par les chaînes d'un comportement "coopératif" les conduise à économiser une certaine quantité de ressources , ces économies substantielles entraînent plusieurs conséquences sur leur gestion quotidienne:

- l'augmentation régulière de leur profit sur le long terme conduit les chaînes à être moins agressives les unes envers les autres , ce qui renforce à terme les pratiques "coopératives" au détriment des comportements d' "affrontements".
- l'augmentation du profit constitue un facteur favorable à l'investissement dans la production audiovisuelle communautaire , cela a pour effet d'augmenter sensiblement l'offre de fictions .

- les chaînes européennes deviennent progressivement moins attentives au "risque d'audience" , ce qui les entraînent à privilégier la diffusion de fictions communautaires au détriment des fictions américaines , celles-ci étaient particulièrement recherchées lorsque la concurrence était intense et les perspectives de profits peu encourageantes .

Ayant mis en évidence un certain nombre de situations auxquelles sont confrontées quotidiennement les chaînes de télévision , on a pu constater que l'effet principal qui résultait de l'adoption ou de la non-adoption d'un comportement "coopératif" résidait dans un gaspillage de ressources qui ne pouvaient être ainsi réinvesties dans la production communautaire . Face à un environnement audiovisuel largement prédominé par la concurrence , l'adoption de stratégies prédatrices lorsqu'elles ne conduisent pas à une disparition de certaines chaînes impliquent nécessairement une réduction du profit réalisé par celles qui restent , cette diminution du profit contribue encore plus à un affrontement frontal préjudiciable au secteur dans son ensemble .

L'apparente supériorité d'une stratégie de "coopération" sur les stratégies d' "affrontement" devrait conduire fort logiquement à leurs disparitions au profit des premières et cela pour le bien de la Collectivité , cependant la poursuite des intérêts individuels engendre trop souvent un équilibre qui demeure sous-optimal . Face à cette situation qui se reproduit trop souvent , l'évolution du contexte économique européen marquée par un rapprochement des politiques nationales audiovisuelles caractérisées jusqu'à présent par une certaine autonomie serait de nature à faciliter les accords entre les chaînes au sein d'un espace économique intégré . Dans le même temps , à côté des mesures destinées à satisfaire en priorité le rapprochement des chaînes , il apparaît souhaitable d'envisager des mesures destinées à mettre en place une véritable politique extérieure commune .

CHAPITRE 8 : DES POLITIQUES NATIONALES AUX POLITIQUES COMMUNAUTAIRES : L'EMERGENCE D'UNE POLITIQUE EXTERIEURE COMMUNE .

Lorsque l'on examine l'évolution du secteur audiovisuel en Europe depuis quatre décennies , on constate en fait que chaque Etat s'est efforcé de développer ses propres activités sans trop se préoccuper de la situation de ses voisins . Le choix des techniques de transmission de l'image , l'adoption de lois qui régissaient le fonctionnement du secteur et le désir de créer des chaînes privées sont autant d'éléments qui nous laissent penser que la concertation entre les Etats membres semblait absente dans ce domaine spécifique qu'est l'Audiovisuel , DEBBASCH (1991) . Tel était le reflet de la situation qui prévalait à l'aube de cette décennie , situation qui avait déjà engendré un certain nombre de conséquences négatives sur le fonctionnement du secteur .

Le cloisonnement excessif des marchés nationaux , limitant les possibilités de réaliser des économies d'échelle , était de loin l'élément le plus problématique dans la mesure où il contribuait indirectement à diminuer la compétitivité des fictions européennes par rapport à celles en provenance des Etats-Unis .

L'objet de ce chapitre consistera à analyser d'abord la nature de l'intervention publique , celle-ci qui se cantonnait jusqu'ici à un cadre purement national étroitement cloisonné se placera désormais dans une perspective géographique plus large représentée par l'espace communautaire . Dans un deuxième temps , nous étudierons les conséquences de la mise en place d'une politique extérieure commune sur l'offre de fictions en considérant respectivement les deux alternatives : protectionnisme et libre-échange .

Afin d'étayer notre démonstration , nous ferons apparaître d'abord deux modalités de l'intervention des instances supranationales au sein du secteur audiovisuel européen :

- l'action de certaines instances supranationales dans l'évolution du secteur depuis 40 ans .
- le rôle moteur joué par la CEE depuis le milieu des années 80 dans le domaine audiovisuel .

Nous analyserons ensuite trois aspects liés à la mise en place d'une politique extérieure commune . Dans un premier temps , nous apprécierons l'efficacité de l'édiction des quotas de diffusion par la Communauté au début des années 90 . Poursuivant notre analyse , nous prendrons soin d'expliquer le choix du modèle basique en matière de commerce international , celui-ci nous permettra de mieux apprécier les effets sur l'offre de fictions de la mise en place de quotas d'importation en même temps que l'application

d'un tarif douanier . Enfin , nous introduirons d'autres éléments susceptibles de mieux cerner les effets de l'application d'une politique extérieure commune pour le secteur audiovisuel , essentiellement à travers l'intégration de la "préférence pour les programmes nationaux" .

SECTION 1 : LE REDEPLOIEMENT DE L'INTERVENTION PUBLIQUE AU SEIN DU SECTEUR AUDIOVISUEL : GENESE ET MODALITES D'APPLICATION .

Lorsqu'au milieu des années 80 , la plupart des pays de la Communauté Européenne ont entrepris de déréglementer leur secteur audiovisuel suscitant dans le même temps le développement de certaines turbulences , il est apparu que la CEE était susceptible de jouer un rôle de premier plan dans cette transformation en adoptant certaines mesures spécifiques destinées à réguler le système .

La politique audiovisuelle ne rentrait pas à l'origine en tant que telle dans les attributions de la CEE , car le Traité de Rome ne mentionnait nulle part son existence . On peut penser pourtant qu'elle ne fut pas absente de l'esprit des pères fondateurs de la Communauté , dans la mesure où les articles relatifs à la politique de la concurrence qui s'appliquaient d'ordinaire à d'autres secteurs demeuraient imputables à la télévision. Ainsi les articles 85 , 86 et 92 du Traité concernant respectivement les ententes , les abus de position dominante et le contrôle des aides de l'Etat , s'ils n'ont pas eu d'influence directe sur le fonctionnement du secteur jusqu'au début des années 80 en raison du monopole d'Etat sur la Radiotélédiffusion ont pourtant fait sentir leurs effets à partir de cette époque . En effet , l'apparition des chaînes privées en même temps que l'octroi par l'Etat de nombreuses subventions à la production ont contribué à redonner du poids à ces articles , DIBIE (1992) .

Cependant , même si la Communauté Européenne n'avait pas à l'origine de compétences spécifiques dans ce domaine , cela ne signifiait pas pour autant l'absence de coordinations internationales au niveau de la politique audiovisuelle au commencement des activités de diffusion . En fait , deux organismes supranationaux furent créés au début des années 50 en même temps que les premières chaînes publiques se développèrent en Europe : Le Conseil de l'Europe et l'UER .

§ 1.1 : LE ROLE DES INSTANCES SUPRANATIONALES AU SEIN DU SECTEUR AUDIOVISUEL .

Ces deux organismes supranationaux à l'instar de nombreux autres organismes du même type paraissaient en fait n'avoir que des pouvoirs limités , suffisamment en tout

cas pour ne pas influencer de manière significative sur le fonctionnement du système audiovisuel en Europe . Toutefois , les quelques actions qu'ils ont pu mettre en place au cours des quatre décennies préfigurent d'une certaine manière celles qui se développeront ultérieurement sous l'égide de la Communauté Européenne .

§ 1.1.1 : LE ROLE DE L'UER (L'UNION EUROPEENNE DE RADIODIFFUSION)¹ .

L'UER (Union Européenne de Radiodiffusion) fut fondée en 1950 , elle prenait alors la succession de l'Union Internationale de Radiodiffusion (UIR) . Elle a pris la forme d'une "association professionnelle" d'organismes de radiodiffusion ayant pour objet de promouvoir la coopération , non seulement entre ses membres mais aussi avec les organismes de radiodiffusion du monde entier et de représenter ses intérêts dans les domaines de la production , juridique , technique et autres .

L'UER regroupait comme membres actifs , les organismes de radiodiffusions qui exploitaient dans la zone européenne "un service d'importance et de caractère national". Selon les statuts en vigueur , les organismes , s'ils voulaient être agréés , devaient assurer la responsabilité générale , la programmation diversifiée et la production d'une part importante de leurs émissions ou exploiter à titre permanent , les installations techniques de diffusion . Jusqu'au milieu des années 80 , l'UER a regroupé principalement des chaînes publiques dont la mission initiale cadrerait parfaitement avec la définition des activités de l'organisme , la création des chaînes privées durant cette période devait entraîner l'admission de nouveaux membres disposant d'un statut juridique différent .

L'UER est connue surtout pour les échanges de programmes et les échanges d'informations pour les journaux télévisés qu'elle a établi entre ses membres , notamment grâce au réseau de l'Eurovision et aux connexions permanentes avec les Unions soeurs des autres continents , l'INTERVISION pour les pays de l'Est , par exemple . Dans le même temps , elle fournit des services à ses membres , sur le plan technique pour l'organisation du réseau audiovisuel terrestre , pour le satellite , pour la recherche et la normalisation dans tous les domaines de la technologie . Sur le plan juridique , elle négocie également des accords-cadres avec tous les groupements internationaux d'intérêts professionnels (droits d'auteur , droits de reproduction , droits d'éditeurs de musiques , câblo-distributeurs , satellites , etc) .

Elle fait valoir aussi les intérêts de ses membres auprès des organisations internationales comme la CEE et le Conseil de l'Europe ; elle négocie dans certaines

¹M.TYPE in "Les Dossiers de l'Audiovisuel" , Numéro 35 : "L'Europe Audiovisuelle de l'après directive" , INA , Page 13-16 , Janvier-Février 1991.

occasions des contrats globaux , en particulier pour les grandes manifestations sportives comme les Jeux Olympiques , les Championnats du Monde de Football , etc .

Après 40 années de fonctionnement , on peut dresser un bilan de l'action de l'UER dans le secteur audiovisuel , celui-ci se doit d'être nuancé dans la mesure où il comporte des points à la fois positifs et négatifs . Des points positifs dans la mesure où l'UER a incontestablement favorisé le rapprochement des chaînes publiques en Europe , un élément comme l'échange de programmes d'informations notamment à travers le mécanisme de l'EVN (Eurovision News)² a été une source d'économies importantes pour les chaînes dans la mesure où il évitait l'envoi de reporters sur le terrain .

Pourtant cet organisme n'a pas permis le développement des coopérations entre les chaînes publiques dans le domaine de la production de fictions , sans doute à cause de l'absence de mécanismes de financement adaptés aux coproductions . D'autre part , l'apparition de nombreuses chaînes privées européennes en son sein aura été de nature à distendre sensiblement les liens qui unissaient auparavant les chaînes par delà les frontières , les chaînes privées étant par définition moins enthousiastes à accepter des compromis au niveau de la négociation des droits de diffusion préférant , plutôt l'exclusivité .

§ 1.1.2) LE ROLE DU CONSEIL DE L'EUROPE ³ .

Créé en 1949 , le Conseil de l'Europe a eu la vocation initiale de rapprocher les différentes cultures européennes , sa compétence dans le domaine des médias découlait essentiellement du fait que cette institution était dépositaire de la Convention Européenne des Droits de l'Homme , garantissant le respect de la liberté d'expression et de la Convention culturelle européenne .

Son action dans le domaine des médias s'exerce essentiellement de deux manières : à travers l'existence de deux organismes internes à l'Institution d'une part , par l'adoption de Recommandations ayant trait au fonctionnement du secteur audiovisuel , d'autre part.

§ 1.1.2.1 : LES INSTANCES DU CONSEIL DE L'EUROPE ACTIVES DANS LE DOMAINE DES MEDIAS .

Le programme intergouvernemental du Conseil de l'Europe dans le domaine des Médias a été confié au Comité directeur sur les moyens de communication de masse

² L'Expansion : "La télé c'est fou" , Numéro Spécial Été , 19 Juillet/5 Septembre 1990 , Page 84-87 .

³ J.L.BURBAN : "Le Conseil de l'Europe" , Collection Que Sais-Je ? , Edition PUF , 1985 .

(CDMM) . Celui-ci se compose d'experts nationaux des Etats membres qui se répartissent en deux comités subordonnés :

- le Comité des Experts juridiques dans le domaine des médias .
- le Comité restreint d'experts sur la production , la distribution et la commercialisation d'oeuvres audiovisuelles .

Différents groupes de travail sont également à l'ouvrage , en vue de produire des rapports de synthèse et de formuler de nouvelles propositions concernant :

- les possibilités d'une harmonisation minimale des règles concernant le parrainage , le mécénat et les nouvelles formes de promotion commerciale (bartering , placement de produits , télé-achat) .
- les droits d'exclusivité pour les événements majeurs .
- les problèmes liés à la concentration des médias .
- les questions juridiques liées à la réception et à la distribution illicites de programmes de télévision , en particulier à l'égard des services cryptés .

Le deuxième organisme qui intervient dans le domaine des médias fut institué en 1961 dans le prolongement de la Convention Culturelle Européenne (CDCC) , il apparaît compétent pour diverses questions touchant le secteur des médias : aspects culturels de la radiodiffusion , soutien des Pouvoirs Publics aux industries culturelles , éducation et médias . Un groupe de travail du CDCC a entrepris la mise à jour d'un rapport réalisé en 1984-1985 sur les aides publiques aux industries culturelles incluant notamment les aides à l'industrie cinématographique et à l'industrie des vidéogrammes .

A côté de ces deux organismes internes à son fonctionnement , le Conseil de l'Europe a adopté également un certain nombre de recommandations relatives au secteur audiovisuel .

§ 1.1.2.2 : L'ADOPTION DE RECOMMANDATIONS AYANT TRAIT AU SECTEUR AUDIOVISUEL⁴ .

A titre indicatif , on peut citer un certain nombre d'entre elles adoptées par le Comité des Ministres :

- la Recommandation R (85) 6 sur l'aide à la création artistique .

⁴ A.LANGE , J.L.RENAUD : "L'Avenir de l'Industrie Audiovisuelle européenne" , Page 198-199 , Institut Européen de la Communication , Collection Média Monograph , 1988 .

- la Recommandation R (85) 8 sur la conservation du patrimoine cinématographique européen .
- la Recommandation R (86) 3 sur la promotion de la production audiovisuelle .

L'inconvénient de ces recommandations est le fait qu'elles n'ont aucun caractère obligatoire et sont susceptibles de rester alors sans application concrète au niveau des pays adhérents à l'Organisation . Ce caractère non contraignant lié à la Recommandation illustre parfaitement l'impact relatif de l'action du Conseil de l'Europe dans le secteur audiovisuel . En effet , si les différentes initiatives qui ont été prises dans ce domaine depuis le début des années 80 semblent en théorie de nature à constituer un terrain très favorable au décloisonnement des marchés nationaux , elles n'ont pas réellement fait évoluer les choses dans la pratique .

En observant l'évolution du secteur audiovisuel en Europe depuis le milieu des années 80 et constatant dans le même temps l'inefficacité des autres instances supranationales , la CEE s'est enfin décidée à mettre en place à la fin des années 80 un certain nombre d'actions concertées .

§ 1.2 : LA MISE EN PLACE PAR LA CEE D'UN EMBRYON DE POLITIQUE AUDIOVISUELLE COMMUNE .

Lorsque la Communauté Européenne a commencé à prendre conscience de l'influence américaine grandissante en matière d'offre de fictions , elle s'est efforcée de prendre des mesures qui concernaient trois domaines majeurs :

- un domaine réglementaire avec l'adoption de la Directive "Télévision sans Frontières" qui devait favoriser la libre circulation des images au sein de la Communauté .
- un domaine stratégique avec la création du programme MEDIA (Mesures pour l'encouragement et le développement de l'industrie audiovisuelle) , ainsi que l'extension du programme EUREKA à l'industrie audiovisuelle .
- un domaine commercial avec la mise en place d'un embryon de politique extérieure commune .

§ 1.2.1) L'ADOPTION DE LA DIRECTIVE "TELEVISIONS SANS FRONTIERES"⁵ .

Dans le prolongement de l'esprit du traité de Rome de 1957 , la libre circulation des programmes audiovisuels entre les Etats membres devait être favorisée à l'instar de

⁵ H.MICHEL , AL.ANGOULVENT : "Les télévisions en Europe" , Page 11-13 , Collection Que Sais-Je , Edition PUF , 1992 .

celle des biens et services ; dans cette optique la Commission élaborera un certain nombre de réglementations sur lesquelles les Pays membres devront harmoniser leurs législations nationales .

C'est dans ce sens que le projet de Directive "Télévision sans Frontières" fut établi à partir de 1986 par la Commission , celle-ci prévoyait la libre circulation des images entre les différents pays de la CEE ; une fois ratifiée , aucun pays membres ne pouvait s'opposer à la diffusion sur son territoire d'un programme produit et émis depuis un autre pays de d'Europe .

Le texte définitif fut adopté par les Ministres des Douze en Avril 1989 et voté par le Parlement , son entrée en vigueur effective datait pour sa part de 1991 .

Les principales dispositions contenues dans la Directive sont les suivantes :

- une harmonisation quant au contenu des programmes diffusés sur les chaînes qui prend en compte des dispositions de caractère éthique relatives à la protection de l'enfance et de la jeunesse .
- la possibilité pour un organisme quel qu'il soit d'exercer un droit de réponse chaque fois que cela s'avère nécessaire .
- la fixation d'un seuil maximum pour les séquences publicitaires qui ne peut représenter plus de 15 % du temps d'antenne quotidien et 18 % par heure de programme .

La Directive prend également en compte les nouvelles formes de promotion commerciale en autorisant par ailleurs les chaînes à recourir au "parrainage".

§ 1.2.2 : LE DEVELOPPEMENT DES PROGRAMMES COMMUNAUTAIRES⁶.

Le développement des programmes communautaires constitue un autre volet important de la politique audiovisuelle européenne , destinés principalement à favoriser les pratiques de coproductions entre les chaînes de télé .

On peut en distinguer deux :

- le programme EUREKA de l'audiovisuel .
- le plan MEDIA .

⁶ M.MAGGIORE : "La production audiovisuelle dans le marché unique" , Page 65-68 , Commission des Communautés Européennes , 1991 .

§ 1.2.2.1 : LE PROGRAMME EUREKA DE L'AUDIOVISUEL .

A la réunion de Rhodes (Décembre 1988) , François Mitterrand propose de discuter du projet d'un "Eurêka de l'audiovisuel" , un programme industriel de soutien à l'industrie de la création de programmes qui serait le pendant de l' "Eurêka technologique" , né quatre ans plus tôt , pour développer la norme de télévision de Haute Définition .

L'idée de base était d'aider l'Europe à reconquérir la place qu'elle avait perdue au profit de l'industrie américaine de production de fictions d'une part , de l'industrie japonaise de fabrication de matériels électroniques d'autre part .

Le principe fut repris et discuté lors des Assises Européennes de l'Audiovisuel de Septembre 1989 , qui réunissaient à Paris 300 spécialistes venus de 27 Pays d'Europe . Le programme "Eurêka de l'audiovisuel" (EA) fut ainsi officiellement lancé avec plusieurs objectifs majeurs :

- favoriser l'émergence d'un marché audiovisuel plus transparent et dynamique à l'échelle européenne .
- encourager le lancement d'actions et de projets concrets de coopération intéressant l'avenir de l'industrie audiovisuelle européenne de programmes , y compris sous ses aspects technologiques , avec pour objectif de renforcer la capacité de création et de production des entreprises européennes et promouvoir leur compétitivité .
- faciliter la distribution plus large des programmes européens , la multiplication des échanges intra-européens et l'accroissement de la place de l'Europe sur le marché mondial .
- permettre un développement et un rayonnement plus grand de la production des pays à aire géographique ou linguistique restreinte en Europe .
- encourager la promotion des technologies européennes , notamment la TVHD , pour la production et la diffusion des films et programmes audiovisuels .

Réunissant 29 pays , c'est-à-dire la quasi-totalité des pays de l'Europe occidentale (la Russie également) , le programme EA accorde un label européen qui offre à ses bénéficiaires une reconnaissance de qualité , donc une priorité pour l'obtention de ressources complémentaires auprès de tous types de partenaires privés ou publics .

Pour être éligibles au label , les projets doivent :

- émaner d'au moins deux entreprises des pays participants .
- bénéficier d'engagements financiers adéquats .
- justifier des avantages clairement identifiables de la coopération européenne .

Fin 1991 , après deux ans d'existence , EA a lancé une quinzaine de projets pour la production d'images (nouvelles images, archives européennes , TVHD , etc) et une vingtaine pour la création d'infrastructures (écriture , diffusion , distribution , etc) .

§ 1.2.2.2 : LE PROGRAMME MEDIA .

Le programme MEDIA (Mesures pour l'Encouragement et le Développement de l'Industrie Audiovisuelle) , lancé par la Commission Européenne en 1986 , reçoit l'accord définitif des Douze en Décembre 1990 ainsi qu'un budget de 200 millions d'Ecus pour les cinq années qui vont suivre . Chaque pays européen alimente le Fonds selon son poids respectif dans la Communauté et son désir de voir se concrétiser un développement des coproductions ; à cette occasion , la France et l'Italie sont ses principaux financiers .

MEDIA a pour but essentiel de développer les initiatives , afin de créer un marché unique de l'Audiovisuel dirigé par des professionnels . Le programme accorde ses priorités aux PME pour la préservation des identités linguistiques et culturelles , leur fournissant un capital de départ pour le lancement de leurs projets .

Un certain nombre d'aides concernant différents domaines de l'audiovisuel sont mises en place :

PRODUCTION :

- Club d'investissement Média : il est constitué d'un groupe de compagnies qui a pour but de promouvoir la production audiovisuelle en utilisant les nouvelles technologies .
- Européen Script Fund : il finance le développement des scripts pour la télévision et le Cinéma .
- Cartoon : Il est constitué d'un fonds d'aide à la production de films d'animation .
- Map TV (Mémoires Archives Programmes) , c'est une association des diffuseurs et des principaux détenteurs d'images , pour l'exploitation et la conservation des archives .

DISTRIBUTION :

- EFDO (Européen Film Distribution Office) : il accorde des aides pour la distribution des films européens .
- EVE (Espace Vidéo Européen) , il aide à la distribution des programmes européens en Vidéo .

- EURO-AIM (Européan Organisation for an Indépendent Market) : c'est une agence de promotion , de services et de logistique pour le Marketing et la Vente des programmes audiovisuels européens des producteurs indépendants .
- BABEL (Broadcasting Across the Barriers of Européan Language) : il accorde des aides financières pour le doublage et le sous-titrage de programmes européens pour leur promotion en dehors de leurs pays d'origine .

FINANCE :

- Média Venture : il est constitué par un fonds d'aide à la production et à la distribution de films ou de séries à fort potentiel commercial .
- Média Garantie : c'est un fonds de garantie de financements de projets réunissant des banques et des institutions financières .

FORMATION :

MEDIA a lancé deux programmes : EAVE (Européan Audiovisual Entrepreneurs) qui enseigne les principaux aspects de la production et MBS-Média Business School qui organise des séminaires sur les grandes tendances du marché .

La mise en place de ces deux programmes communautaires au début des années 90 ne nous permet pas d'émettre un jugement définitif sur leur efficacité réciproque , on peut penser pourtant que l'absence d'un mécanisme de soutien au financement des programmes clairement identifié au sein de la CEE limite considérablement leur impact sur les coproductions .

§ 1.2.3 : LA MISE EN PLACE DES QUOTAS DE DIFFUSION .

La partie du texte de la Directive "Télévision sans Frontières" qui a fait le plus couler d'encre est d'inspiration française , elle avait pour cadre la fixation des quotas d'émission réservés aux productions européennes . Elle obligeait les Etats membres à obtenir de leurs télédiffuseurs que dans un délai de trois ans , 60 % de leurs programmes soient consacrés à des oeuvres européennes (quota de diffusion) .

L'article 4 de la Directive⁷ (temps de diffusion réservé aux oeuvres européennes) stipule : *"Les Etats-Membres veillent , chaque fois que c'est réalisable et par des moyens appropriés , à ce que les organismes de radiodiffusion télévisuelle réservent*

⁷ Directive du Conseil du 3 Octobre 1989 visant à la coordination de certaines dispositions législatives , réglementaires et administratives des Etats-Membres relatives à l'exercice d'activités de radiodiffusion télévisuelle (89 / 552 / CEE) , JO du 26-6-1989 .

à des oeuvres européennes , au sens de l'**article 6** , une proportion majoritaire de leurs diffusions , à l'exclusion du temps consacré aux informations , à des manifestations sportives , à des jeux , à la publicité ou au service du télétexte . Cette proportion , compte tenu des responsabilités de l'organisme de radiodiffusion télévisuelle à l'égard de son public en matière d'information , d'éducation , de culture et de divertissement, devra être obtenue progressivement sur la base de critères appropriés .

- Lorsque la proportion définie au paragraphe 1 ne peut être atteinte , elle ne doit pas être inférieure à celle qui est constatée en moyenne en 1988 dans l'Etat membre concerné .

Néanmoins , en ce qui concerne la République Hellénique et la République Portugaise , l'année 1988 est remplacée par l'année 1990 .

- A partir du 3 Octobre 1991 , les Etats membres communiquent à la Commission , tous les deux ans , un rapport sur l'application du présent article et de l'**article 5** (relatif au recours à la production indépendante) .

L'entrée en vigueur de la Directive fut effective en Octobre 1991 , pourtant certains pays comme la France avaient choisi d'anticiper son application . En effet , dès Janvier 1990 , la France en adoptant les "décrets TASCA"⁸ avait mis en place une réglementation beaucoup plus sévère , obligeant les chaînes nationales à diffuser une proportion de 50 % d'oeuvres originales françaises . Constatant lui-même que l'application pratique de telles mesures étaient trop contraignantes pour les chaînes , le Gouvernement français décida de faire paraître un nouveau décret ramenant le quota de diffusion des oeuvres françaises de 50 à 40 % , tout en maintenant la part d'oeuvres européennes à 60% .

Dans le même temps , les décrets de 1992 maintenaient les "super quotas" prévus par les décrets TASCA : les obligations de diffusion devaient être respectées non seulement sur la journée entière (les diffuseurs respectèrent leurs obligations en programmant la nuit ou le matin , les oeuvres françaises et européennes) , mais aussi lors des "heures d'écoutes significatives" , durant le "Prime Time" par exemple .

On doit souligner également que la définition française de l' "oeuvre" comptant pour les quotas était beaucoup plus stricte que dans les autres pays , elle devait être réalisée intégralement ou principalement en langue française" .

De la même manière , au niveau des coupures publicitaires , la France est allée plus loin que ce que prévoyait la Directive , instituant notamment l'obligation de la coupure unique des oeuvres et des films cinématographiques , (amendement

⁸ Décrets qui portent le nom du Ministre de la Communication de l'époque , Madame Catherine TASCA , l'une des plus farouches partisans de l'instauration des quotas communautaires .

SCHREINER) . Enfin les obligations de diffusion des chaînes françaises étaient étroitement liées aux obligations de production (notamment celle d'investir 15 % du CA dans la production de fiction , de diffuser cent vingt heures de création originale en "Prime Time" ou encore d'investir 20 % du CA dans la production d'oeuvres audiovisuelles) .

Au Royaume-Uni , l'application d'un quota de diffusion de programmes européens est antérieure à la Directive : depuis toujours la télévision britannique diffuse moins de 40 % de programmes d'origine extra-européenne , par ailleurs , les règles communautaires en matière de publicité sont respectées .

En Italie , l'harmonisation doit encore porter sur les pratiques publicitaires qui contredisent la Directive : non-observation des plafonds et de la réglementation sur la publicité dans les programmes pour enfants , les quotas de diffusion d'oeuvres européennes (40%) sont intégrés pour leur part dans la nouvelle Loi sur l'Audiovisuel. En Espagne , où l'on attend une nouvelle réglementation , les quotas de diffusion européens actuels sont de 40 % , la règle sur les interruptions publicitaires n'est pas respectée .

En Allemagne , l'opposition à la réglementation communautaire est générale , autant sur les quotas que sur les règles publicitaires .

Au Portugal , la nouvelle loi sur l'Audiovisuel ne prévoit pas de respect de quotas de diffusion mais seulement des obligations de production portugaise , en matière de publicité , il n'y a pas de règles sur les interruptions de programmes .

Les différences d'appréciation , qui existent au niveau de chaque pays de la Communauté concernant l'opportunité d'appliquer des quotas de diffusion , nous obligent à pousser plus loin notre analyse en nous interrogeant sur l'impact réel qu'une telle mesure pourrait avoir sur l'offre de fictions communautaires ? .

SECTION 2 : LES EFFETS ATTENDUS DE LA MISE EN PLACE D'UNE POLITIQUE EXTERIEURE COMMUNE SUR L'OFFRE DE FICTIONS .

La mise en place d'un quota de diffusion par la Communauté Européenne pose le problème de son efficacité réelle tant au niveau de la diffusion des fictions américaines qu'en matière de production nationale . Un certain nombre de cas de figure peuvent se présenter conduisant à des situations non prévues initialement par les Etats membres . Pour apprécier ces différents cas de figure , il nous faut au préalable poser un certain nombre de conditions relatives au fonctionnement du système .

§ 2.1 : LES EFFETS DE LA MISE EN PLACE D'UN QUOTA DE DIFFUSION.

On peut considérer qu'une chaîne de télé , lorsqu'elle veut remplir sa grille horaire a le choix entre trois types de programmes :

- les productions originales , c'est-à-dire les programmes qu'elle a produite elle-même ou qu'elle a acheté à des producteurs nationaux ou communautaires .
- les importations de programmes .
- les rediffusions , il s'agit ici de programmes ayant déjà fait l'objet d'un passage sur les antennes lors de périodes précédentes et qui peuvent avoir deux origines différentes , soit il s'agit d'importations antérieures , soit il s'agit d'oeuvres originales produites durant les périodes passées .

Dans un souci de simplification , nous considérerons indifféremment les programmes nationaux et ceux produits dans la Communauté , les importations ayant alors le caractère de fictions extra-communautaires en provenance des Etats-Unis , notamment . Dans le même temps , on admettra que le volume global de diffusion est limité dans un pays à 100 heures .

Par rapport à l'ensemble de ces considérations , on peut énoncer plusieurs cas de figure susceptibles de se produire lorsque l'on fixe un quota de diffusion d'oeuvres communautaires égal à 60 % :

- cas de figure 1 : la production originale reste constante , seul le montant des rediffusions se modifie au profit des oeuvres communautaires .
- cas de figure 2 : la production originale reste constante , les importations diminuent légèrement , la part d'oeuvres rediffusées augmentent pour combler la diminution des importations .
- cas de figure 3 : la production originale augmente , les importations restent constantes et la quantité d'oeuvres rediffusées diminuent .

On peut admettre par ailleurs que le montant de la production originale ne peut descendre en dessous d'un certain seuil , par exemple 40 % faute de quoi , on risquerait de mécontenter les téléspectateurs . Ce seuil de 40 % peut se rapprocher du montant fixé par plusieurs gouvernements en Europe (la France notamment) , ce dernier correspond au pourcentage d'oeuvres nationales devant être diffusées obligatoirement par les chaînes .

On peut résumer ces différents scénarii sous la forme d'un tableau .

Tableau numéro 43 : Les scénarios susceptibles de se produire lors de la mise en place des quotas de diffusion .

SITUATIONS	PRODUCTIONS ORIGINALES (en heures)	IMPORTATIONS (en heures)	REDIFFUSIONS (en heures)	VOLUME GLOBAL DE DIFFUSION .
SITUATION 1	40	40	20	100
SITUATION 2	40	35	25	100
SITUATION 3	50	40	10	100

Si l'on émet l'hypothèse que la mise en place d'un quota de diffusion reste le seul moyen de sauvegarder la production audiovisuelle communautaire , on peut penser que c'est la dernière solution qui sera préférée comparativement aux deux autres . La réalité est différente lorsque l'on raisonne non plus en volume mais en valeur .

En effet , si l'on considère qu'en règle générale le coût d'achat d'un programme en provenance d'un pays tiers apparaît 10 fois moins élevé que le coût d'un programme communautaire , cela implique que lorsqu'une heure de production originale est égale à 100 francs , le programme importé n'est égal qu'à 10 francs⁹.

On supposera dans le même temps que les rediffusions ont un coût dérisoire , par exemple 5 francs , ce qui correspond en fait aux coûts de conservation et aux versements des droits d'auteurs .

Dans ces conditions , les différentes simulations nous montrent en fait des résultats qui apparaissent fortement contrastés pour les chaînes en matière de coût de diffusion .

Ainsi , si l'on reprend les scénarii précédents , on constate qu'ils donnent des résultats sensiblement différents par rapport à la somme nécessaire à la diffusion d'un volume horaire de 100 heures :

- situation 1 : Productions originales (40 x 100) + Importations (40 x 10) + Rediffusions (20 x 5) = 4500 Francs .
- situation 2 : Productions originales (40 x 100) + Importations (35 x 10) + Rediffusions (25 x 5) = 4475 Francs .
- situation 3 : Productions originales (50 x 100) + Importations (40 x 10) + Rediffusions (10 x 5) = 5450 Francs .

Si l'on raisonne non plus en volume mais en valeur , on s'aperçoit que les deux cas de figure les moins onéreux représentent respectivement les scénarios 1 et 2 , le scénario

⁹ J. CLUZEL : "Presse , Bilan et Perspectives , Production Audiovisuelle : une priorité absolue" , les rapports du Sénat , Commission des Finances , n° 514 , Année 1993-1994 .

3 apparaît nettement plus coûteux à mettre en oeuvre pour une chaîne tout en impliquant dans le même temps une augmentation de l'offre de fictions communautaires. A l'inverse, les deux premiers scénarios conduisent à une stagnation de la production communautaire, ce qui ressortait d'une certaine manière comme un effet pervers de la mise en place des quotas de diffusion.

En l'absence de mécanismes de soutien direct à la production audiovisuelle, le respect par les chaînes des quotas de diffusion ne les inciterait aucunement à accroître leur production propre en raison du différentiel de coût qui existe en faveur des fictions américaines.

Dans ces conditions, deux solutions sembleraient devoir s'imposer afin de remédier à ce problème ; la première consisterait à abaisser considérablement le coût de production des fictions européennes, la seconde supposerait d'augmenter le coût d'achat d'une fiction américaine.

La première des solutions impliquerait de la part de la CEE de fournir un effort dans trois directions principales :

- une aide communautaire systématique à la production de fictions.
- la mise en place d'actions visant à décloisonner complètement les marchés audiovisuels nationaux en permettant ainsi la réalisation d' "économies d'échelle".
- l'allègement des contraintes qui pèsent sur les chaînes concernant la perception des recettes publicitaires.

La seconde solution consisterait à utiliser l'ensemble des instruments traditionnels d'une politique protectionniste : tarifs douaniers, quotas et subventions aux exportations.

§ 2.2 : LES ACTIONS COMMUNAUTAIRES QUI VISENT A DIMINUER LE COUT DE PRODUCTION D'UNE FICTION.

On peut estimer que l'ensemble des actions communautaires qui ont été menées dans le secteur audiovisuel jusqu'à présent ont eu d'abord pour cadre le domaine intra-communautaire, dans la mesure où elles ont contribué à renforcer les liens entre les Etats membres dans ce domaine. Dans ces conditions, on peut penser que deux des trois voies possibles qui conduisent à réduire les coûts de productions ont été directement affectées par ces actions.

Ainsi la mise en place de la Directive "Télévisions sans Frontières" en 1989 avait pour principal objet de favoriser la diffusion des fictions communautaires au sein d'un espace économique autrefois largement cloisonné.

De la même façon , le développement des programmes communautaires comme MEDIA et EUREKA ont contribué à financer une infime partie de la production de fictions en Europe , sans toutefois mettre en place un mécanisme de financement systématique comme il en existe dans certains Etats membres .

Le dernier domaine où l'action communautaire s'était réellement fait sentir a eu pour cadre les règles régissant la perception des recettes publicitaires , celles-ci ont fait l'objet d'une certaine forme de restrictions qui s'appliquent à l'ensemble des Etats-Membres . Ainsi , le pourcentage de spots publicitaires destinés à être diffusés sur les écrans ne peut dépasser 15 % du temps d'antenne quotidien , ce qui restreint d'une certaine manière les possibilités pour une chaîne de faire du profit et renforce par la même occasion la concurrence au moment du "Prime Time" .

En effet , si le montant des recettes publicitaires demeure plafonné au niveau d'un pays , les chaînes chercheront d'abord à attirer une part importante de l'audience des autres concurrentes , synonyme pour eux d'augmentation des recettes .

Il est trop tôt pour tirer un premier bilan des actions communautaires susceptibles de réduire les coûts des programmes , on peut penser pourtant qu'elles ne porteront leurs fruits qu'à moyen voire à long terme et qu'elles resteront dépendantes de nombreux aléas . Ainsi , si l'on fait exception des restrictions concernant les recettes publicitaires qui peuvent être changées par simple décision du Conseil des Ministres , les deux autres volets de la politique intra-communautaire se heurtent à deux obstacles de taille .

Concernant d'abord la mise en place d'un mécanisme de financement communautaire , il n'est pas évident que certains pays comme la France notamment , qui disposent déjà de système de soutien à la production , acceptent de gaieté de coeur de voir ainsi disparaître au profit de la Communauté , un instrument essentiel d'orientation de leur politique audiovisuel .

De la même façon, on peut penser que la mise en place d'un Grand Marché Européen de l'Audiovisuel se heurtera à des obstacles d'ordre essentiellement culturel sur lesquels nous reviendrons dans un chapitre ultérieur .

Dans ces conditions , il semble que la mise en place d'une politique communautaire pour le secteur audiovisuel ne produirait pas d'effets bénéfiques à court terme , laissant ainsi un différentiel de coût favorable aux fictions américaines .

Ainsi , la seule solution envisageable pour inverser cette tendance consisterait pour la Communauté à mettre en place une véritable politique extérieure commune en utilisation pour l'occasion l'ensemble des instruments de protection .

§ 2.3 : L'IMPACT SUR L'OFFRE DE FICTIONS RESULTANT DE LA MISE EN PLACE D'UNE POLITIQUE EXTERIEURE COMMUNE .

Ce qui caractérisait jusqu'à présent la politique extérieure de la CEE dans le domaine audiovisuel résidait justement dans son absence . En effet , comme nous l'avions déjà souligné précédemment , la mise en place de quotas de diffusion ne pouvait s'apparenter réellement à une politique extérieure tant les possibilités techniques de contournement semblaient nombreuses . Dans ces conditions , c'était le régime du libre-échange qui prédominait à l'intérieur de la CEE qui n'était pas réellement protégée des fictions en provenance des pays tiers , notamment des fictions américaines .

Compte-tenu des caractéristiques particulières de l'appareil de production audiovisuelle en Europe , l'existence d'un libre-échange se manifestait par une quantité abondante de fictions américaines qui étaient vendues à un prix qui se révélait nettement plus compétitif que celui des fictions européennes .

Face à cette situation défavorable pour la Communauté Européenne , une seule issue apparaissait incontournable : la mise en place d'instruments de protection pouvant revêtir diverses formes :

- la mise en place d'un tarif douanier nominal qui prend la forme d'une taxe sur chaque fiction en provenance d'un pays tiers .
- l'édification d'un quota à l'importation impliquant l'interdiction pour les Etats-Membres d'importer des fictions au delà d'un certain seuil .
- une subvention directe à la production communautaire de fictions , ce qui constituait d'une certaine manière une mesure protectionniste déguisée .

Avant d'examiner les différents effets sur l'offre de fictions , il nous faut au préalable définir le modèle de base qui servira de support à l'analyse de l'impact , sur l'offre de fictions , de l'adoption des mesures protectionnistes .

Lorsque l'on examine les caractéristiques du marché international des fictions , on peut faire plusieurs remarques :

- il existe une multitude d'offreurs et une multitude de demandeurs .
- un pays est susceptible à lui seul de répondre à la demande du reste du Monde .
- il existera toujours une "préférence pour les programmes nationaux" .
- dans la majorité des cas , la qualité intrinsèque d'une fiction présente un caractère secondaire aux yeux des acheteurs , c'est le prix qui conditionne prioritairement l'achat .

Par rapport à l'ensemble de ces hypothèses , il ressort que le modèle de base servant à l'analyse des effets de la protection semble bien approprié pour mesurer l'impact sur l'offre de fictions . On en trouve une illustration dans de très nombreux manuels consacrés à l'Economie Internationale¹⁰ , celui-ci repose sur les conditions suivantes :

- on considère un petit pays , c'est-à-dire qu'il ne peut pas influencer les prix internationaux qui lui sont donnés par le marché mondial .

On distingue par ailleurs trois cas de figure :

- l'autarcie .
- le libre-échange .
- la protection douanière .

Bien qu'il semble absurde d'assimiler la CEE à un petit pays , on peut admettre , que compte-tenu des caractéristiques de son secteur audiovisuel , on puisse dans le cas présent l'assimiler comme telle comparativement aux Etats-Unis . Seuls ces derniers disposent de la capacité à fixer les prix internationaux des programmes audiovisuels en raison de la place prépondérante qu'ils occupent dans les échanges , UNESCO (1990) .

Pour notre part , nous introduirons deux distinctions supplémentaires par rapport au modèle de base . Dans un premier temps , nous considérerons que la demande communautaire de fictions émane directement des chaînes de télévision et non pas des téléspectateurs eux-mêmes ; ainsi lorsque les chaînes décident d'augmenter leur volume global de diffusion ou si une nouvelle chaîne est créée , la courbe de demande se déplace alors vers la droite . Dans ces conditions , un déplacement de la courbe de demande vers la gauche peut signifier la disparition d'une chaîne ou la diminution du volume global de fictions diffusées .

Dans un deuxième temps , on considérera que l'offre de fictions communautaires provient de deux sources différentes :

- des producteurs communautaires qui répondent à une commande des chaînes .
- des chaînes elles-mêmes qui peuvent s'appuyer sur leurs unités de production internes pour combler une partie de leur grille de programmes .

¹⁰ Pour notre part , nous nous sommes référés aux deux ouvrages suivants :

- J.L.MUCCHIELLI : "Relations Economiques Internationales" , Page 103-106 , Edition Hachette Supérieure , 1991 .
- C.NEME : "Economie Internationale" , page 307-329 , Collection LITEC Economie , 1996 .

La prise en compte de la "préférence" pour les programmes nationaux s'effectuera dans un deuxième temps , en montrant ses effets sur l'offre de fictions . Dans cette optique , nous ne considérerons dans un premier temps que la variable des prix en admettant qu'une chaîne soit indifférente à diffuser un programme national ou un programme importé .

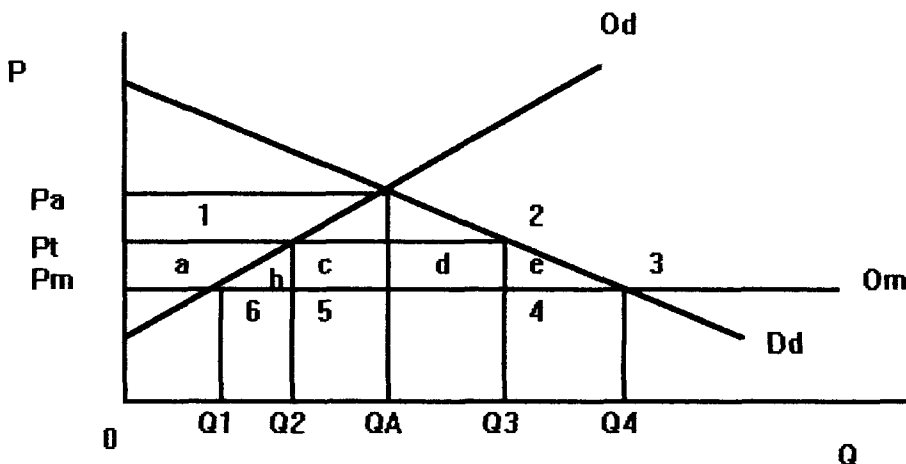
Nous examinerons respectivement :

- la mise en place d'un tarif douanier nominal .
- la mise en place d'un quota de diffusion .
- l'introduction d'une subvention à l'exportation .
- la différence tarif/quota dans la dynamique de la demande .

§ 2.3.1 : LA MISE EN PLACE D'UN TARIF DOUANIER NOMINAL .

Dans le contexte économique mondial actuel marqué par la signature des accords du GATT , l'application d'un tarif douanier nominal sur les programmes de fictions apparaît bien illusoire tant il entre en contradiction avec l'esprit même du traité international . On considérera cependant dans le cadre de notre démonstration que son application reste possible à la seule condition de considérer les "produits audiovisuels" comme des marchandises qui bénéficient d'un traitement différencié dans la mesure où elles ne rentrent pas en ligne de compte dans les discussions , BENHAMOU (1996) .

**FIGURE 4 :
LES EFFETS D'UN TARIF DOUANIER**



- en autarcie , la demande de fictions qui émane des chaînes européennes est uniquement satisfaite par l'offre des producteurs communautaires (Od) , le prix

d'équilibre autarcique est alors égal à P_a , les quantités vendues et consommées sont égales à OQ_a .

- en situation de libre-échange , l'offre mondiale (O_m) est représentée par une droite horizontale , dont l'ordonnée représente le prix mondial P_m . A ce prix , l'offre mondiale est infiniment grande par rapport à la demande communautaire , ce qui est le cas des fictions américaines capables de satisfaire une demande planétaire . Au prix P_m , la quantité de fictions diffusées par les chaînes européennes est égale à OQ_4 , la quantité importée est égale à Q_1Q_4 et celle produite par les producteurs européens , égale à OQ_1 .

On peut constater que si l'on passe d'une situation d'autarcie à une situation de libre-échange , trois phénomènes se produisent alors :

- une augmentation du volume global de fictions diffusées sur les chaînes européennes .
- une augmentation des importations de fictions américaines qui représentent maintenant la majorité des programmes diffusés .
- une proportion de fictions communautaires qui diminue , ce qui se conçoit aisément compte-tenu des contraintes budgétaires auxquelles sont soumises les chaînes de télé .

Par rapport au prix des fictions américaines , il apparaît nettement plus intéressant pour les chaînes de diffuser ce genre de programmes plutôt qu'une fiction communautaire .

Cette situation illustre assez bien ce qui s'est produit en Europe au milieu des années 80 lors de la création de nouvelles chaînes privées .

Ainsi , l'existence d'un libre-échange pour les fictions place la Communauté dans une situation particulièrement défavorable en menaçant à terme de disparition le secteur de la production audiovisuelle . Dans ces conditions , celle-ci se trouve dans l'obligation d'inverser cette tendance en y introduisant de fait une certaine forme de protection , par exemple , un tarif douanier .

Si la CEE veut réduire ses importations , elle peut alors appliquer un tarif douanier ; ce tarif peut-être *ad valorem* , il prend dans ce cas , la forme d'une taxe représentant un certain pourcentage de la valeur déclarée du produit .

Avec P_m le prix mondial du produit avant le tarif , la taxe douanière sera égale à :

$t \cdot P_m$ (t étant le taux du tarif , soit un pourcentage du prix) , le prix après tarif P_t est ainsi égal à : $P_m + t \cdot P_m = P_m (1+t)$.

Le prix est plus élevé que le prix mondial de libre-échange .

A ce nouveau prix , cinq effets sont mis en évidence :

§ 2.3.1.1 : LES CINQ EFFETS DU TARIF DOUANIER .

Ces effets sont les suivants :

- un effet sur la diffusion de fictions : la diffusion totale de fictions sur les chaînes communautaires baisse de $Q3Q4$, soit la distance de 3 à 4 .
- un effet sur la production de fictions : la production communautaire augmente de $Q1Q2$, soit la distance de 6 à 5 .
- un effet sur les importations de fictions américaines : les importations décroissent d'un montant égal à la somme des deux effets précédents , soit $Q1Q2 + Q3Q4$, tel que le nouveau montant d'importations $Q2Q3 = Q1Q4 - (Q1Q2 + Q3Q4)$ soit la distance de 5 à 4 .
- un effet de recette fiscale : le tarif représente un revenu fiscal pour la Communauté Européenne . La valeur de ce revenu est obtenue en multipliant la valeur absolue du tarif par unité de produit et le nombre de fictions importées , soit : $t \times Q2Q3 =$ le rectangle c .
- un effet de redistribution du revenu : dans la mesure où le prix a augmenté , il y a une redistribution des chaînes vers les producteurs , les premières "subventionnant" en quelque sorte les seconds . Cette subvention à la production communautaire est égale à la différence du prix avant et après le tarif , $P_t - P_m$, multipliée par la quantité $OQ2$ produite par les producteurs nationaux après tarif , soit la distance $(P_m.5)$.

La subvention totale est égale à la surface délimitée par les points $(P_t.1.5.m)$; elle est appelée l'équivalent-subvention du tarif douanier . Si la Communauté voulait obtenir le même effet sur la production (produire $OQ2$ au prix P_m et non P_t) sans imposer un tarif douanier , c'est ce montant de subventions qu'elle devrait verser aux producteurs communautaires .

De la même manière , on peut considérer que les chaînes sont taxées d'un montant égal au revenu douanier , $(c + d)$. On définit ainsi un équivalent-taxe à la diffusion , qui réduit la diffusion d'un montant égal à la réduction entraînée par le tarif et amène un revenu fiscal égal à $(P_t.2.4.P_m)$, représentant la somme de l'équivalent subvention $(P_t.1.5.P_m)$ et du revenu tarifaire $(1.2.4.5 = \text{surface } c + d)$.

Le tarif a alors le même effet qu'une taxe à la diffusion , qui servirait en partie à subventionner les producteurs communautaires et en partie à accroître les recettes fiscales de la Communauté .

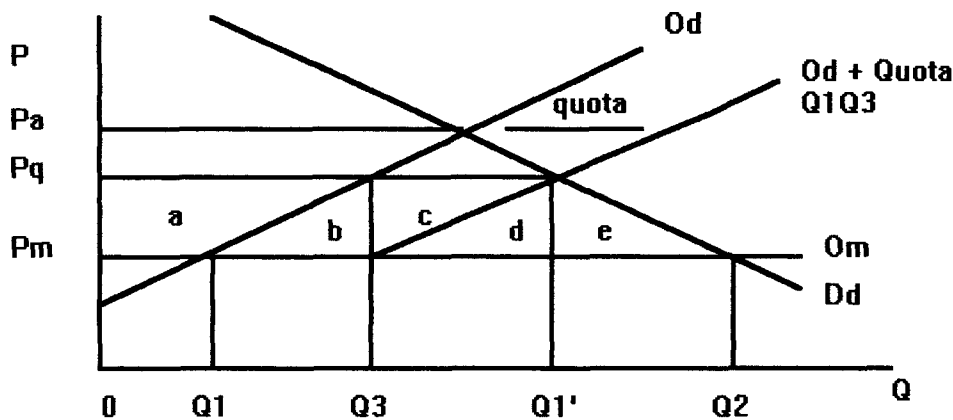
§ 2.3.2 : LA MISE EN PLACE D'UN QUOTA A L'IMPORTATION .

Le quota représente la restriction quantitative la plus connue . Il consiste à n'accepter , en termes de volume ou de valeur qu'un certain montant d'importations .

Pour étayer notre démonstration , nous reprendrons le même schéma que celui représenté sur la figure 4 , la droite O_d représente toujours l'offre de fictions communautaires et la droite D_d : la demande de fictions . Le prix mondial restant égal pour sa part à P_m en se situant toujours à un niveau plus faible que le prix autarcique P_a .

Dans des conditions de libre-échange , la demande de fictions au prix P_m serait toujours de OQ_2 et la Communauté en importerait une quantité Q_1Q_2 , les producteurs communautaires vendant pour leur part une quantité OQ_1 .

**FIGURE 5 :
LES EFFETS D'UN QUOTA A L'IMPORTATION**



L'application d'un quota à l'importation de fictions américaines signifie que sur le marché domestique , l'offre disponible sera celle des producteurs communautaires , à laquelle viendra s'ajouter le quota (qui est ici égal à la quantité Q_1Q_3) . L'offre globale de fictions sur le marché communautaire est alors représentée par la droite $O_d + Quota$, celle-ci est plus à droite que O_d . Le prix d'équilibre s'établit alors en P_q , qui est plus élevé que le prix mondial de libre-échange P_m .

A ce nouveau prix , les chaînes de télé ne diffusent plus que $OQ'1$ fictions , dont $Q_3Q'1$ (égal au quota Q_3Q_1) qui proviennent des Etats-Unis et OQ_3 qui sont fournis par les producteurs communautaires .

On constate alors qu'un tarif douanier qui ferait passer le prix de P_m à P_q , aurait sur les importations , la production communautaire et la diffusion le même effet qu'un quota d'importation .

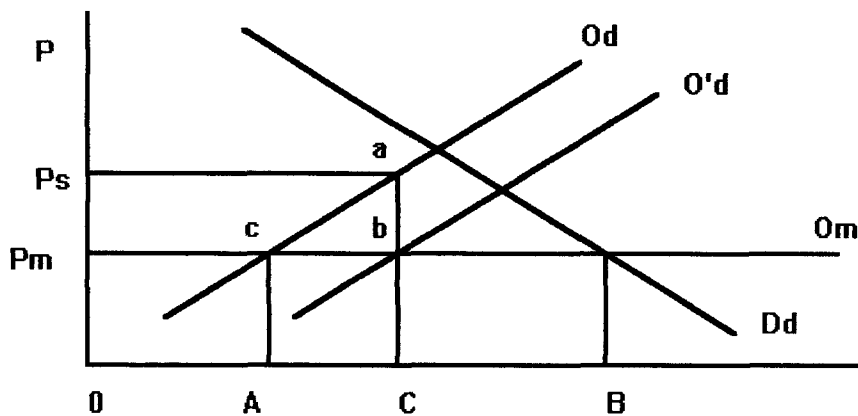
La seule différence avec le tarif douanier tient dans le revenu financier de la protection : ici , la surface $c + d$. Ce revenu a toutes les chances d'être accaparé par les importateurs dans la mesure où ils vendent la quantité Q_1Q_3 au prix P_q et non plus au prix P_m , il représente la rente du quota , celle-ci prend la forme d'une redistribution des chaînes vers les maisons de productions américaines .

Pour essayer de s'approprier cette rente , L'Etat peut mettre en vente des licences d'importation qu'il accorderait aux pays exportateurs faisant l'objet de quotas , les Etats-Unis voire le Japon (dessins animés et programmes pour la jeunesse) . Si l'on admet qu'il puisse y avoir une concurrence entre les demandeurs de licences , l'Etat peut alors mettre aux enchères les licences et les vendre au plus offrant , mais ce système d'enchères ne peut plus tenir lorsqu'il existe le monopole d'un pays exportateur , ce qui est le cas des Etats-Unis dans le domaine de la fiction télévisée .

§ 2.3.3 : LA MISE EN PLACE D'UNE SUBVENTION A LA PRODUCTION .

Les subventions à la production peuvent apparaître comme une solution de remplacement au tarif douanier , dans la mesure où ce tarif est levé en vue de protéger la production de fictions communautaires . La subvention vise à modifier le prix auquel vont avoir à faire face les producteurs communautaires , sans modifier celui auquel vont être confrontées les chaînes de télé .

**FIGURE 6 :
LES EFFETS D'UNE SUBVENTION A LA PRODUCTION**



Sur la figure 6 , la subvention (qui peut-être vue comme une taxe négative) fait glisser la droite d'offre communautaire de O_d en $O'd$. Pour chaque quantité vendue , grâce à la subvention (égale à $P_m - P_s$, sur le graphique la distance $P_m.P_s$) versée par l'Etat , la firme reçoit un prix supérieur au prix que la chaîne doit payer .

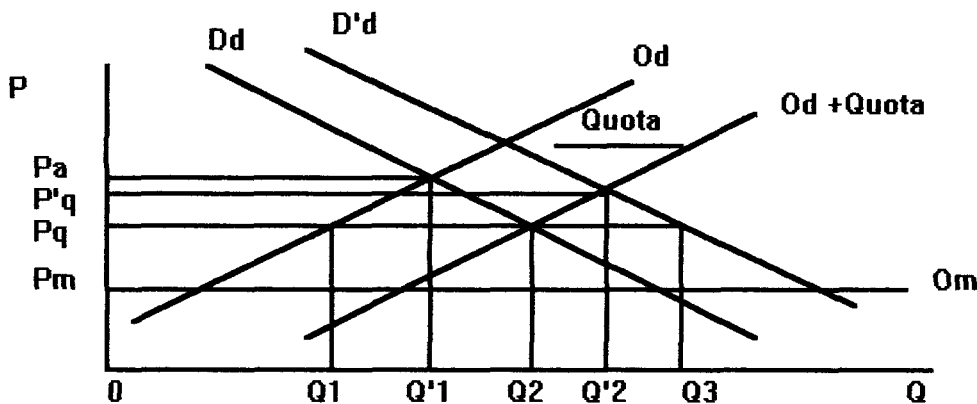
Au prix subventionné P_s , les producteurs communautaires peuvent maintenant offrir OC , et non OA . Les chaînes de télé continuent de payer P_m par unité de produit , et les producteurs sont payés P_s : OP_m (prix payé par les consommateurs) + subvention (distance entre P_m et P_s) . La subvention versée par l'Etat est égale à la surface $P_m b a P_s$; cette subvention entraîne une baisse des importations égale à AC .

La perte sèche de la subvention , due à l'inefficacité des producteurs , est égale à cba , mais contrairement au tarif il n'y a pas de perte sèche du côté des chaînes de télé , car elles achètent toujours au prix mondial P_m .

§ 3.2.4) LA DIFFERENCE TARIF/QUOTA DANS L'HYPOTHESE D'UNE DYNAMIQUE DE LA DEMANDE .

Jusqu'à présent , nous avons essentiellement raisonné dans un cadre statique marqué par une certaine inertie de la demande communautaire de fictions , alors que l'évolution du système audiovisuel européen s'est surtout singularisé par une pression sur cette demande , liée à l'apparition de nouvelles chaînes .

**FIGURE 7 :
DYNAMIQUE DE LA DEMANDE ET DIFFERENCE TARIF /QUOTA**



Sur la figure 7 , le prix P_q correspond à celui du quota ou au prix résultant d'un tarif douanier équivalent du quota ; les importations sont alors égales à Q_1Q_2 .

L'augmentation générale de la demande de fictions s'exprime par un glissement de la droite de demande , qui devient $D'd$. Si l'on considère P_q comme un prix après tarif douanier , ce prix P_q ne change pas lors de l'augmentation de la demande , ce sont les importations qui augmentent jusqu'en Q_3 et deviennent égales à Q_1Q_3 .

En revanche , dans le cas d'un quota , quelle que soit l'évolution de la demande , le quota reste le même . L'intersection de la droite d'offre avec quota ($Od + quota$) et de celle de la nouvelle demande ($D'd$) établit un nouveau prix $P'q$ supérieur à P_q . La quantité importée n'a pas bougé , du fait du quota mais la pression de la demande a fait augmenter le prix de ce produit .

Ainsi lors d'un accroissement de la demande du produit contingenté , le quota fait augmenter son prix sur le territoire communautaire (à quantité fixe , l'ajustement se réalise par les prix) ; le tarif douanier permet quant à lui des importations supérieures , avec le même niveau de prix après tarif (l'ajustement se réalise par les quantités grâce à l'augmentation des importations) .

L'examen de l'ensemble de ces instruments de protection nous montre que la mise en place par la Communauté d'une politique extérieure commune est susceptible de produire plus d'effets à court terme sur l'offre de fictions que le reste des mesures internes . En effet , le passage d'une situation autarcique à celle de libre-échange augmente le choix des téléspectateurs mais conduit en revanche à une plus grande dépendance du système audiovisuel européen vis à vis de l'extérieur . Dans ces conditions , toutes les mesures susceptibles de conduire à augmenter le coût des programmes américains deviennent bénéfique pour la Communauté dans la mesure où elles réduisent l'écart avec le prix des fictions communautaires .

Pourtant , il nous faut pousser plus loin notre analyse dans la mesure où nous avons omis volontairement de prendre en considération un élément , qui , tout en ne revêtissant pas la même importance que le prix nominal , est susceptible de modifier légèrement le raisonnement que l'on peut faire sur l'impact de la protection .

§ 2.4 : LA PRISE EN COMPTE DE LA "PREFERENCE NATIONALE POUR LES FICTIONS" DANS LE MODELE BASIQUE .

Le principe de la "préférence nationale pour les fictions" a fait l'objet de plusieurs travaux à la fois en France et à l'étranger , VARIS et NORDENSTRENG (1974) , REGOURD (1992) . Leurs contributions respectives nous permettent de mieux définir ce principe si l'on se place du côté du téléspectateur : ayant le choix entre regarder un programme national et un programme étranger , un téléspectateur privilégiera toujours le programme national , ce qui se traduira dans les faits par un taux d'audience pour les programmes nationaux supérieur à celui des importations .

Soit TA , le taux d'audience pour les programmes nationaux et TA^* , le taux d'audience pour les programmes étrangers , d'une manière générale , on a $TA > TA^*$. Du côté du diffuseur , le point de vue change légèrement car il intègre forcément les prix nominaux en vue de maximiser son profit . En cas d'égalité entre les prix des fictions européennes et ceux des fictions américaines , il choisira obligatoirement de diffuser les premières .

Pourtant , on aura plutôt le schéma suivant :

Soit TA et TA^* , les taux d'audience des programmes communautaires et étrangers et P et P^* , les prix nominaux des deux types de programmes. Dans ces conditions, le diffuseur choisira l'un ou l'autre des programmes si :

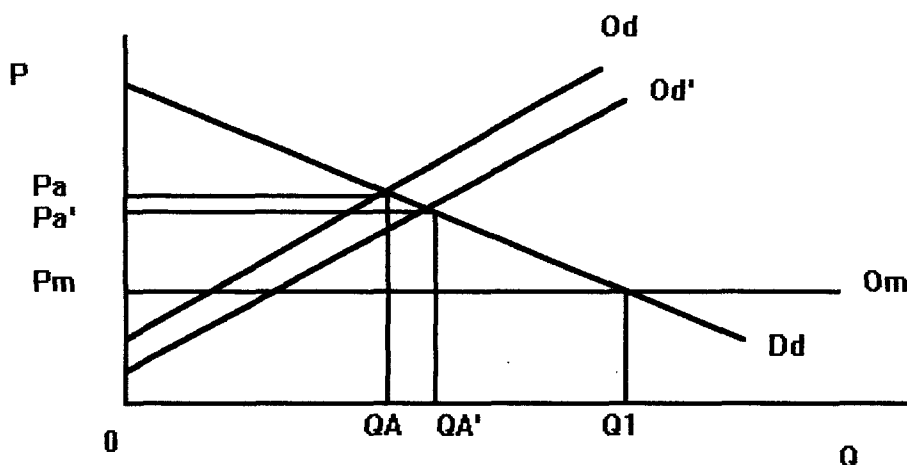
- $TA / PA > TA^* / PA^*$, alors il choisira de diffuser un programme national.
- $TA / PA = TA^* / PA^*$, le choix entre les deux programmes lui est indifférent dans une perspective de profit, cependant compte tenu du choix des téléspectateurs, il privilégiera la diffusion d'une fiction nationale.
- $TA / PA < TA^* / PA^*$, il diffusera un programme étranger.

La prise en compte du taux d'audience comme révélateur des préférences conduit à des résultats sensiblement différents de ceux auxquels on pouvait s'attendre si l'on avait raisonné uniquement à partir des prix nominaux. Ainsi, un programme national peut être préféré à une fiction importée même si son prix est plus élevé si, dans le même temps, son taux d'audience compense ce différentiel de prix.

Le lecteur pourrait nous objecter que ce schéma n'est valable qu'en présence de chaînes commerciales, mais pas si l'on y intègre les chaînes publiques pour qui l'objectif de profit apparaît secondaire.

On peut penser pourtant qu'il demeure applicable dans le cas des chaînes publiques, si l'on considère par ailleurs qu'elles sont confrontées à des compressions budgétaires, ce qui les oblige du même coup à surveiller le niveau des prix nominaux des programmes.

FIGURE 8 :
LA PRISE EN COMPTE DE LA PREFERENCE NATIONALE
DANS LE MODELE BASIQUE



La prise en compte de la préférence nationale dans le modèle basique va modifier légèrement le schéma initial . En effet , tout se passe comme si les diffuseurs acceptaient dans une situation de libre échange de programmer plus de fictions nationales qu'ils n'en avaient l'intention en raisonnant uniquement à partir des prix nominaux . Dans cette optique , tout se passe comme si le prix des fictions nationales baissait artificiellement , provoquant un mouvement vers la droite de la courbe d'offre nationale en situant à présent le prix autarcique à un niveau $P_{a'}$, comme le montre la figure 8 .

Certes , cette baisse des prix n'existe pas dans la réalité , elle reflète à sa manière le surprofit qu'un diffuseur fera en programmant une fiction nationale malgré un différentiel de prix favorable aux fictions américaines .

En guise de conclusion , on peut estimer qu'il est trop tôt pour estimer l'impact de l'ensemble des mesures qui ont été adoptées par la CEE pour dynamiser le secteur audiovisuel tant le développement des programmes communautaires reste beaucoup trop récent . Dans le contexte actuel , on peut penser toutefois qu'il ne s'est pas encore produit d'inversion de tendance au profit de la diffusion des fictions communautaires, celles-ci demeurent toujours supplantées par les fictions américaines dans le volume global de diffusion .

La mise en place d'un semblant de politique extérieure commune parce qu'il demeure à l'état embryonnaire n'a pas contribué pour autant à développer la production européenne , le recours aux rediffusions explique sans doute cette situation qui reste largement défavorable . Dans le même temps , l'intégration de la "préférence nationale" pour les programmes au sein du schéma basique relativise légèrement la dépendance de la Communauté vis à vis des fictions américaines . Il apparaît toutefois souhaitable d'adopter à court terme une politique protectionniste soit en fixant un tarif douanier , soit en édifiant un quota à l'importation , faute de quoi on pourrait courir le risque de voir durablement la prédominance des fictions américaines sur nos écrans .

Par ailleurs , le développement des pratiques concertées entre les chaînes apparaît susceptible de modifier la nature de l'équilibre au profit des fictions communautaires dans la mesure où il permettrait d'économiser une partie importante des ressources susceptibles d'être réinvesties dans la production .

CHAPITRE 9 : POLITIQUE EXTERIEURE COMMUNE ET STRATEGIE DES CHAINES : L'IMPOSSIBLE MODELE EUROPEEN .

La Communauté Européenne se retrouve aujourd'hui confrontée à des choix dans la mise en oeuvre d'une politique audiovisuelle commune , les controverses qui ont surgi à propos de la mise en place des quotas de diffusion sont là pour nous rappeler les difficultés pratiques d'application de telles mesures dans un secteur qui reste un tantinet marginal . Dans le même temps , les chaînes de télé se sont efforcées de concilier progressivement un comportement concurrentiel avec des pratiques plus "consensuelles" sans toutefois abandonner l'idée d' "affrontement frontal" . Dans ces conditions , il apparaît de plus en plus urgent d'envisager la mise en oeuvre de solutions destinées à contrecarrer l'influence américaine grandissante au sein du secteur audiovisuel faute de quoi on risquerait de voir se diluer l' "identité culturelle" européenne dans un avenir proche .

L'issue passe nécessairement par l'adoption d'une véritable politique extérieure commune dans le secteur audiovisuel en même temps qu'un développement rapide des pratiques concertées entre les chaînes susceptibles d'éviter de nombreux gaspillages . Pourtant ce qui ressemble aujourd'hui à la solution optimale , se heurte à un certain nombre d'obstacles de nature à conduire le secteur audiovisuel sur une voie que l'on qualifierait de sous-optimale , cette dernière ne serait pas sans susciter un certain nombre de conséquences fâcheuses sur la stabilité du système "européen" .

L'utilisation du modèle basique en raison de sa simplicité et de sa relative applicabilité nous permettra de dresser un certain nombre de scénarii qui résulteront directement de la combinaison de deux éléments : la politique extérieure commune et le comportement dominant des chaînes .

De cette manière , on peut dégager ainsi quatre cas de figure :

- protectionnisme et affrontement entre les chaînes .
- protectionnisme et coopération entre les chaînes .
- libre-échange et affrontement entre les chaînes .
- libre-échange et coopération entre les chaînes .

La mise en avant d'une solution optimale matérialisée par la combinaison protectionnisme-coopération ne doit pas nous faire oublier que cette dernière demeure en fait une situation idyllique qui reste très éloignée de la réalité des choses .

En effet , un certain nombre de facteurs sont susceptibles d'intervenir et contrarier ainsi la mise en place d'une telle solution au profit d'une situation qui demeurerait en tout point sous-optimale , on peut en distinguer trois :

- des facteurs d'ordre institutionnel .
- des facteurs d'ordre technique .
- des facteurs d'ordre culturel .

SECTION 1 : L'IMPACT SUR L'OFFRE DE FICTIONS RESULTANT DE LA COMBINAISON ENTRE UNE POLITIQUE EXTERIEURE AUDIOVISUELLE COMMUNE ET LES STRATEGIES DES CHAINES .

Nous examinerons d'abord les effets de la mise en place d'une politique protectionniste sur l'offre de fictions , en considérant successivement les comportements d' "affrontements" et les comportements "coopératifs" . Dans le même temps , nous admettrons que la "préférence pour les programmes nationaux" est désormais intégrée au schéma de base ; dans ces conditions , on considérera que la courbe d'offre initiale O_d prend en compte cette variable .

Par rapport aux situations qui prennent en compte les politiques protectionnistes , nous ferons apparaître au sein d'un même schéma , la mise en place d'un tarif douanier et la fixation des quotas d'importation .

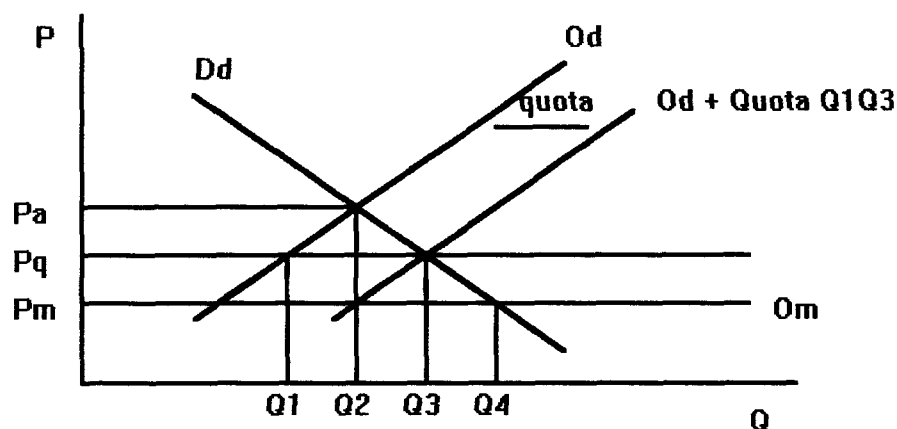
§ 1.1: PROTECTIONNISME ET AFFRONTEMENT .

Dans ce premier cas de figure , nous analyserons les effets sur l'offre de fictions communautaires résultant de la mise en place d'instruments de protection alors que dans le même temps , les chaînes européennes ont résolument opté pour une stratégie d' "affrontement" . Cette dernière implique pour une chaîne de surenchérir pour s'assurer l'exclusivité des droits de diffusion d'une émission sportive ou encore de programmer des émissions d'un genre identique à celle des autres au même instant ; dans le même temps , l'application d'une politique protectionniste se matérialise indifféremment par la fixation d'un tarif douanier et la mise en place d'un quota d'importation .

La généralisation des pratiques concurrentielles implique une conséquence notable sur l'équilibre du schéma dans la mesure où la courbe O_d (qui prend en compte la préférence pour les programmes nationaux) ne bouge pas , alors qu'un comportement de "coopération" entraînerait nécessairement une translation de cette courbe vers la droite . Dans ces conditions , le prix autarcique P_a se situe à un niveau nettement plus élevé que le prix mondial P_m .

Comme nous le montre la figure 9 , si l'on considère séparément l'application d'un tarif douanier et la mise en place d'un quota d'importation , on peut constater plusieurs effets notables :

**FIGURE NUMERO 9 :
PROTECTIONNISME ET STRATEGIE D'AFFRONTEMENT**



- l'application d'un tarif douanier permet de réduire l'écart entre le prix d'une fiction communautaire et celui d'une fiction américaine , ce qui aboutit à diminuer d'abord le volume global de fictions diffusées , à réduire ensuite le montant des importations américaines au profit des fictions communautaires .
- l'application d'un quota d'importation produit les mêmes effets dans le cas présent qu'un tarif douanier .

Cette situation , même si elle n'apparaît pas optimale dans la mesure où les chaînes continuent à s'affronter en gaspillant un certain nombre de ressources permet sous certaines conditions d'endiguer le flux continu de fictions américaines . On peut penser par ailleurs qu'elle pourrait être applicable de manière concrète au niveau de la Communauté dans un proche avenir , si dans le même temps les Gouvernements considéraient qu'il faudrait attendre trop longtemps avant que les chaînes puissent se rapprocher véritablement et choisissent de privilégier une solution de court terme : la mise en place d'une politique protectionniste .

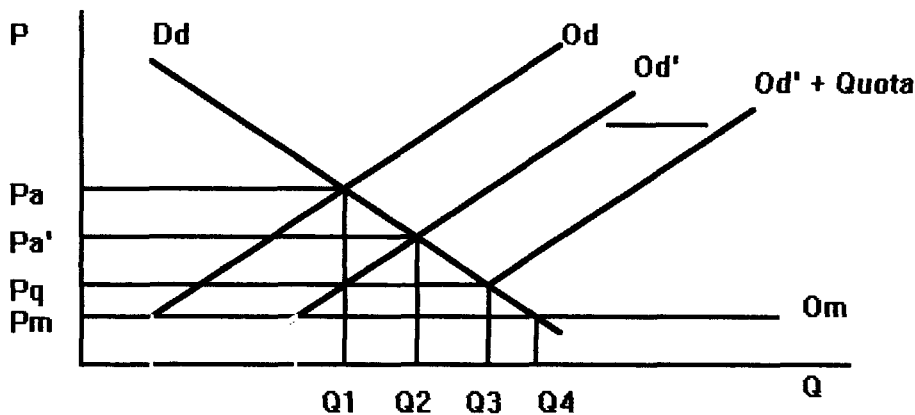
§ 1.2 : PROTECTIONNISME ET COOPERATION .

Le deuxième scénario se place toujours dans l'hypothèse de la mise en oeuvre d'une politique protectionniste par la CEE , mais cette fois-ci avec des entreprises qui adoptent des comportements ouvertement "coopératifs" que l'on peut faire apprécier de plusieurs manières :

- concertation pour la construction de la grille des programmes .
- coproduction .

- accords sur l'appropriation des droits de diffusion des retransmissions sportives et de certains événements mondains (couronnement ou mariages royaux) .

FIGURE NUMERO 10 : PROTECTIONNIME ET STRATEGIE DE COOPERATION



La figure 10 nous permet de tirer plusieurs enseignements lorsque la politique protectionniste se double par la même occasion d'un comportement "coopératif" :

- l'adoption d'un comportement "coopératif" fait translater vers le bas , la courbe d'offre Od qui devient Od' , cela signifie concrètement qu'il y a une augmentation de l'offre communautaire de fictions qui se traduit par une diminution du prix d'équilibre en situation d'autarcie qui passe ainsi de Pa à Pa' , réduisant ainsi l'écart entre le prix communautaire et le prix mondial P_m .

- la mise en place d'un quota d'importation ou d'un tarif douanier en situation de coopération fait passer le prix mondial de P_m à P_q ; ainsi si l'on raisonne par rapport à une situation de libre-échange , il se produit une légère diminution du volume global de fictions diffusées , mais dans le cas présent l'offre de fictions communautaires représente la majorité des fictions diffusées sur les écrans .

La production communautaire est représentée par le segment $0Q2$, les importations par le segment $Q2Q3$.

On peut penser que la suppression totale des "barrières culturelles" au sein de la CEE d'une part et une aide directe à la production de fictions sous forme de subventions d'autre part , pourrait contribuer à faire déplacer de manière encore plus significative la courbe d'offre vers la droite qui se fixerait ainsi à un niveau Pa'' qui se confondrait alors avec P_q . Dans ces conditions , les chaînes européennes pourraient fonder leur choix non plus en fonction du prix qui deviendrait sensiblement égal pour les deux types de

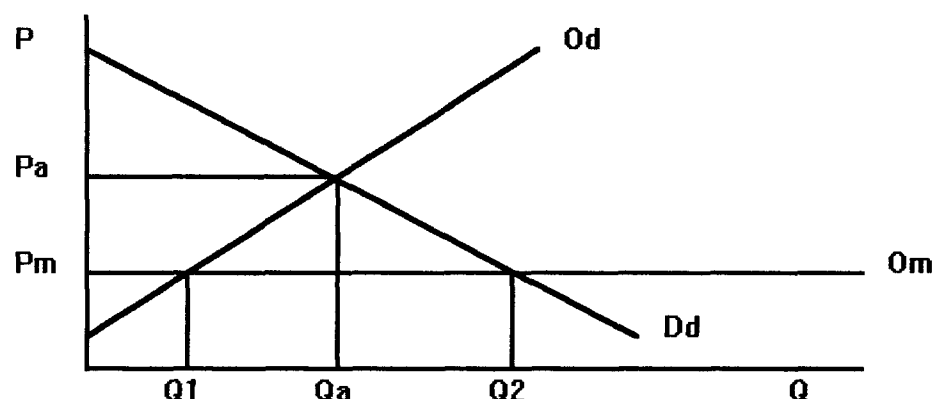
fiction , mais en fonction d'autres critères comme la qualité ou les préférences des téléspectateurs .

Cette situation nous apparaît optimale dans la mesure où elle contribuerait à mettre sur un même pied d'égalité les fictions communautaires avec les fictions américaines . Cependant , la variable temporelle devient pour l'occasion primordiale car cela implique que le rapprochement entre les chaînes ne se produit qu'à moyen voire à long terme . Dans ces conditions , le secteur audiovisuel "européen" ne risque t-il pas entre temps de subir l'influence toujours plus forte des Etats-Unis ou même de disparaître totalement ?.

§ 1.3 : LIBRE-ECHANGE ET AFFRONTEMENT .

Ce troisième scénario envisage le cas où l'on se retrouve confronté à une situation de libre-échange , mais face à laquelle les chaînes adoptent des attitudes "conflictuelles".

**FIGURE NUMERO 11 :
LIBRE-ECHANGE ET STRATEGIE D'AFFRONTEMENT**



Dans ce type de situation , on peut constater que le passage d'un régime autarcique à celui axé sur le libre-échange entraîne plusieurs conséquences notables en cas d'affrontement entre les chaînes :

- il se produit une augmentation sensible de la quantité diffusée sur les chaînes en situation de libre-échange , ce qui correspond tout à fait à la situation que l'on rencontre aujourd'hui au sein de la CEE . Dans ces conditions , toute augmentation de la demande communautaire qui résulterait soit de la création de nouvelles chaînes , soit d'une augmentation du volume global de diffusion pourrait être toujours comblée par

un recours aux importations . De la même manière , une production autarcique qui se situerait à un niveau assez faible témoignerait en quelque sorte d'une inadaptation manifeste de l'offre à la demande communautaire de fictions , ce qui est le cas actuellement .

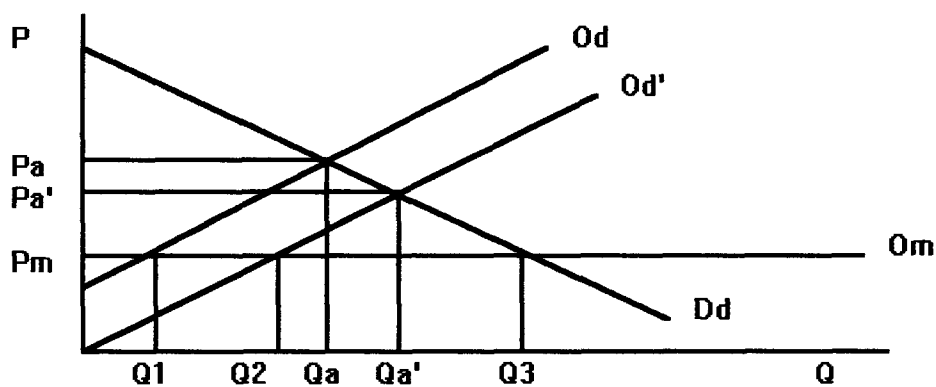
- la stratégie d'affrontement en situation de libre-échange ne fait pas bouger la courbe d'offre qui reste au même niveau qu'en situation autarcique .
- le passage à un régime de libre-échange diminue fortement la quantité de fictions communautaires diffusées sur les chaînes au profit des fictions américaines .

C'est le type de situation que les dirigeants communautaires voudraient voir disparaître , car elle conduirait à une extinction inexorable du secteur de la production audiovisuelle en Europe qui demeure par ailleurs l'un des vecteurs essentiels de la Culture .

§ 1.4 : LIBRE-ECHANGE ET COOPERATION .

Cette dernière situation nous permet d'introduire une donnée supplémentaire dans la mesure où l'on intègre cette fois-ci le comportement de "coopération" des chaînes .

**FIGURE NUMERO 12 :
LIBRE-ECHANGE ET STRATEGIE DE COOPERATION**



Ce type de situation ressemble beaucoup au cas précédent , on peut constater que l'intégration d'un comportement "coopératif" contribue à faire déplacer vers le bas la courbe O_d qui se positionne maintenant à un niveau O_d' . Cela implique qu'en situation autarcique , la quantité diffusée augmente et le prix diminue , ce qui apparaît logique compte-tenu des différentes synergies qui se mettent en place et des aides directes octroyées à la production communautaire .

Le passage à une situation de libre-échange entraîne toutefois plusieurs conséquences :

- la quantité de fictions diffusées augmenterait sensiblement pour les mêmes raisons que précédemment , mais d'un niveau moindre à celui qui prévaudrait si les chaînes s'affrontaient , Qa' à $Q3$ au lieu de Qa à $Q3$.
- les importations augmenteraient également d'un niveau moindre qu'en situation de lutte entre les chaînes , de $Q2$ à $Q3$ au lieu de $Q1$ à $Q3$, grossissant ainsi la part des fictions communautaires dans le volume global de diffusion .

Cette situation apparaîtrait plus favorable aux téléspectateurs européens dans la mesure où elle n'entraînerait pas de diminution du volume global de diffusion tout en s'accompagnant dans le même temps d'une réduction sensible des importations . Elle semblerait toutefois moins avantageuse que celle qui prévalait en situation de protectionnisme car le nouveau prix autarcique Pa' apparaît encore assez distant de Pm . Dans ces conditions , on peut estimer que certaines mesures spécifiques destinées à encourager la production constitueraient autant d'éléments susceptibles de déplacer la courbe d'offre vers le bas , contribuant de la sorte à ramener Pa' vers un niveau proche de Pm .

Pour résumer , nous pouvons établir un classement des situations décrites précédemment suivant leur degré d'optimalité , c'est à dire celles qui apparaîtraient les plus favorables tant pour sauvegarder l'identité culturelle européenne que pour satisfaire les téléspectateurs :

- 1) protectionnisme et coopération entre les chaînes .
- 2) libre-échange et coopération entre les chaînes .
- 3) protectionnisme et affrontement entre les chaînes .
- 4) libre-échange et affrontement entre les chaînes .

La première situation est optimale dans la mesure où elle permet sous certaines conditions aux fictions communautaires de lutter à armes égales avec les fictions américaines , plus particulièrement en matière de compétitivité-prix , ce qui constituait jusqu'alors son principal handicap . Dans le même temps , on peut estimer que la réduction du volume global de diffusion s'accompagne d'un renforcement de la qualité des programmes , ce qui compense d'une certaine manière le choix moindre qui s'offre ainsi aux téléspectateurs de la Communauté .

Le binôme "libre-échange-coopération" peut être classé en deuxième position dans la mesure où il constitue un vecteur favorable à l'augmentation de l'offre communautaire , celle-ci , bien que ne trouvant pas de conditions aussi favorables que

précédemment ne s'accompagne pas pour autant d'une réduction du volume global de diffusion .

Le couple "protectionnisme-affrontement" situé en troisième position concourt à restreindre la diffusion globale de fictions , mais il ne contribue pas pour autant à augmenter la production de fictions communautaires , tout au plus permet-il de canaliser en partie le flux d'importations en provenance des Etats-Unis .

La combinaison "libre-échange-affrontement" classée en dernière position correspond en grande partie à notre situation actuelle , elle entraîne un flux massif d'importations au détriment des fictions européennes qui sont réduites de ce fait à la portion congrue . C'est en partie pour essayer de remédier à cette situation jugée néfaste par beaucoup que s'était engagé le débat sur la mise en place des quotas de diffusion au sein de la Communauté .

L'analyse des différentes situations nous montre que la mise en place d'instruments de protection d'une part , de mesures ponctuelles destinées à favoriser le développement des coopérations entre les chaînes d'autre part pourrait être de nature à renforcer la compétitivité des fictions européennes . Cependant , certains facteurs seraient susceptibles actuellement d'empêcher la Communauté Européenne d'appliquer une politique protectionniste dans un contexte "coopératif" .

SECTION 2 : LES OBSTACLES SUSCEPTIBLES DE CONDUIRE LA COMMUNAUTE VERS L'ADOPTION D'UNE SOLUTION SOUS-OPTIMALE .

La complexité des relations internationales à notre époque rend toujours plus difficile la prise de décisions collectives par les pays , le secteur audiovisuel n'échappe pas à cette règle dans la mesure où il reflète en partie une forme de souveraineté nationale à travers sa Culture . Lorsqu'une décision est enfin prise , il faut encore examiner si elle est conforme aux différents traités internationaux en vigueur signés par la plupart des pays , si elle se révèle enfin compatible avec les textes qui régissent les accords internationaux , il faudra veiller à ce qu'elle soit effectivement appliquée et non pas contournée par n'importe quels moyens légaux .

Cet exemple nous permet de mettre ainsi en évidence les trois principaux obstacles d'ordre institutionnels susceptibles de contrarier la combinaison "protectionnisme-coopération" :

- les difficultés de la mise en oeuvre d'une politique commune .

- la compatibilité avec les accords internationaux .
- les possibilités de contourner cette décision commune .

§ 2.1 : LES OBSTACLES D'ORDRE INSTITUTIONNEL .

La mise en oeuvre d'une politique audiovisuelle implique qu'il y est au préalable un accord total entre l'ensemble des parties concernées sur les objectifs à atteindre , un certain nombre de paramètres sont pourtant susceptibles de contrarier fortement son application .

§ 2.1.1 : LES DIFFICULTES DE LA MISE EN OEUVRE D'UNE POLITIQUE AUDIOVISUELLE COMMUNE .

On considère généralement que le principal coût de la coordination des politiques économiques réside dans une perte d'autonomie dans la conduite de la politique conjoncturelle , BRYANT , CURRIE , FRENKEL , MASSON , (1989) .

Ce premier argument reflète en partie l'opposition qu'il peut y avoir entre les politiques macroéconomiques (budgétaires , monétaires , etc) et les politiques structurelles , parmi ces dernières , on peut distinguer celles qui fixent les règles du jeu (politiques de concurrence , politiques commerciales dans leurs aspects généraux) de celles qui influencent directement les structures productives (subventions à la production) .

En transposant ces considérations au secteur audiovisuel , on peut s'apercevoir que les instruments de politiques économiques qui conduisent à une meilleure coordination des décisions peuvent être classés tantôt dans l'un ou l'autre domaine sans qu'il soit possible de faire réellement la distinction entre les deux .

Par exemple , l'adoption de la Directive "Télévisions sans frontières" en Avril 1989 et son application effective à partir de 1991 contient autant d'aspects relatifs au court qu'au long terme . Ainsi , l'application des quotas de diffusion vont contraindre les chaînes de télévision au niveau de leur programmation les obligeant à effectuer alors un arbitrage entre produire soi-même ou importer , ce qui relève essentiellement du domaine conjoncturel . Dans le même temps , on peut admettre que la mise en place de mécanismes de soutien à la production audiovisuelle et le strict respect des quotas de diffusion par les chaînes relève autant du domaine structurel , ils apparaissent en effet de nature à améliorer à moyen terme l'efficacité de l'appareil de production communautaire .

Un deuxième obstacle à la coordination survient lorsque l'un des partenaires qui manque à ses engagements a la possibilité d'engendrer des bénéfices à son profit au détriment des autres , tant que ceux-ci n'auront pas réagi à ce qui s'apparente en fait à

une rupture unilatérale d'un contrat . L'existence d'une coordination entre plusieurs partenaires supposent une confiance absolue les uns envers les autres , c'est particulièrement vrai au niveau microéconomique lorsque l'on observe la mise en place de coopérations entre les entreprises ; c'est également le cas au plan macroéconomique lorsque des Etats coopèrent dans des domaines comme la Défense Nationale ou la Recherche de pointe .

Dans le secteur audiovisuel , les effets d'un manquement aux obligations de la part d'un des partenaires peuvent engendrer certaines conséquences sur l'équilibre du système à moyen terme , en refusant par exemple d'appliquer certaines dispositions de la politique commune comme la mise en place d'un quota d'importations , un Etat membre peut alors permettre aux fictions américaines de bénéficier ainsi d' "une tête de pont" .

Un troisième obstacle peut également apparaître lorsque l'on introduit une dimension temporelle à notre analyse de la coordination , en effet , un certain nombre d'événements imprévus peuvent apparaître créant ainsi des situations "conflictuelles" . Lorsque ce phénomène se produit effectivement , on estime qu'il vaut mieux relâcher quelque peu la coordination et laisser chaque économie retrouver sa position d'équilibre avant même de prétendre stabiliser à nouveau leurs relations de symbiose .

La prise en compte du temps est-elle de nature à bouleverser l'équilibre du secteur audiovisuel ? . La réponse à cette question suppose de faire l'analyse de l'évolution des techniques de diffusion qui peuvent modifier considérablement la stabilité du système en permettant l'entrée de nouveaux concurrents au sein du secteur , nous aborderons plus en détail cette question dans un paragraphe suivant .

Le quatrième et dernier obstacle qui peut contrarier durablement la coordination provient de ce que les Gouvernements des Etats membres n'ont pas la même analyse de l'urgence des problèmes à régler .

En effet , on considère qu'il existe d'une façon générale quatre niveaux de coordination , COOPER , (1985) :

- l'échange d'information .
- la gestion en commun d'une situation de crise .
- l'adoption d'objectifs communs .
- la gestion en commun des variables de liaison .

La gestion en commun d'une situation de crise qui constitue le deuxième niveau de la coordination , nous apparaît ici l'élément le plus important pour expliquer les problèmes actuels du secteur audiovisuel en Europe ; le coût pour la Collectivité s'explique ici non pas par une éventuelle absence de coordination mais par sa mise en place sans un parfait accord entre les membres sur les objectifs à atteindre .

Cette perception différente de la réalité des problèmes en Europe s'expliquerait par l'existence d'une forme de hiérarchie entre les pays de la CEE , celle-ci s'appuie essentiellement sur deux critères :

- les dimensions du marché intérieur .
- l'influence culturelle du pays .

Si l'on prend en compte le premier critère , on constate que les Etats membres peuvent se subdiviser en deux groupes :

- le Royaume-Uni , l'Espagne , l'Italie , la France et l'Allemagne de l'Ouest qui disposent d'un marché intérieur suffisamment large pour y développer une production audiovisuelle de masse et amortir ainsi leurs programmes .
- l'ensemble des autres pays qui semblent incapables de rentabiliser leur production en raison de l'étroitesse de leur marché intérieur , sauf à les exporter massivement .

L'influence culturelle d'un pays reste un critère très subjectif car il apparaît difficilement mesurable et ne correspond pas tout à fait au découpage qui existe entre les grands et les petits pays ; ainsi le Royaume-Uni exercerait une influence prépondérante en matière culturelle dans la mesure où il exporte massivement ses fictions vers la plupart des autres pays de la Communauté alors que dans le même temps , il n'importe qu'une quantité infime de fictions européennes .

Par rapport aux grands pays européens , on peut effectuer également une subdivision en deux sous-groupes , avec d'un côté la France et l'Allemagne , de l'autre , l'Italie et l'Espagne .

Concernant le premier groupe , on peut penser que les pays qui le composent pèsent d'un certain "poids culturel" sur leurs voisins (la France par rapport à la Belgique , le Luxembourg et la Suisse ; l'Allemagne de l'Ouest sur la Suisse , l'Autriche , le Danemark et la plupart des pays d'Europe Centrale) .

Le deuxième groupe dispose quant à lui d'une influence culturelle très limitée , bien que l'Espagne constitue toujours une référence dans le domaine culturel pour la quasi-totalité des pays d'Amérique Centrale et du Sud .

Par rapport aux petits pays , on peut admettre qu'il subsiste aussi un certain nombre de disparités relatives à l'influence culturelle qu'ils sont susceptibles d'exercer , on peut en effet penser que des pays comme ceux du Bénélux peuvent produire des fictions capables de faire l'objet d'exportations vers la France et l'Allemagne .

A l'inverse , l'Irlande , le Portugal ou la Grèce à cause de leur particularisme culturel éprouveront plus de difficultés à exporter leurs fictions en direction des autres Etats membres .

Lorsque l'on prend en compte les deux critères , on peut présumer que les pays de la Communauté n'auront pas la même vision de l'évolution du secteur audiovisuel , ce qui ne manquera pas d'occasionner de sérieuses divergences sur l'opportunité d'appliquer une véritable politique audiovisuelle commune . Ainsi , le Royaume-Uni restera beaucoup moins sensible aux difficultés de ce secteur que les autres pays en raison de sa position de dauphin des Etats-Unis dans la production audiovisuelle ; A l'inverse , l'Irlande , le Danemark , le Portugal et à un degré moindre les pays qui composent le Bénélux seront certainement plus enclin à mettre en place une politique audiovisuelle compte-tenu des difficultés initiales de leur secteur .

Dans ces conditions , l'efficacité et la durabilité d'une coordination dépendront en grande partie de l'attitude qu'auront des pays comme la France et l'Allemagne qui présentent certaines similitudes avec le Royaume-Uni , tout en demeurant par ailleurs plus perméables à l'importation de fictions . Une coordination imparfaite des politiques audiovisuelles entre ces deux pays et le Royaume-Uni porterait un sérieux coût à la crédibilité de la Communauté Européenne dans ce domaine et ferait disparaître l'espoir d'une lutte à armes égales avec les Etats-Unis .

La réussite de certaines politiques extérieures comme la politique agricole commune nous laisse entrevoir pourtant quelques espoirs de succès dans le domaine audiovisuel , toutefois les autorités communautaires devront veiller à ce que certaines modalités de cette politique puissent être compatibles avec la respect de certains accords internationaux .

§ 2.1.2 : LA COMPATIBILITE AVEC LES ACCORDS INTERNATIONAUX .

Comme nous l'avions mentionné au début de ce chapitre , la CEE entretient de multiples relations avec l'ensemble des Pays Tiers mais également avec une multitude d'Organismes Internationaux . Parmi tous ces organismes , il en est un qui peut être amené à jouer un rôle déterminant sur l'évolution du secteur audiovisuel européen en cas d'adoption d'une politique extérieure commune , il s'agit en l'occurrence du GATT . Ce dernier dont la principale mission consiste à promouvoir le libre-échange entre les nations ne voit jamais d'un très bon oeil , non seulement la mise en place d'une série d'obstacles non tarifaires aux échanges mais surtout l'adoption d'une politique résolument protectionniste .

Il faut se souvenir que lors des dernières négociations multilatérales que l'on a appelées communément "l'Uruguay Round" , la question des services jusque là absente

des précédentes négociations fut à l'ordre du jour , notamment celle relative à la libre-circulation des fictions audiovisuelles . A cette occasion , on n'a pu que constater les pressions intenses qu'ont exercé les Etats-Unis pour contraindre l'Europe à ne pas s'opposer aux importations de fictions américaines , la simple édicition par la Communauté Européenne de quotas de diffusion avait soulevé une tempête de protestations chez les producteurs américains .

Il a fallu une intervention appuyée de la France , sans doute plus sensible à ces problèmes que les autres Etats membres pour que les fictions audiovisuelles soient momentanément exclues des négociations multilatérales ; c'est à l'occasion de ce débat que fut employé pour la première fois le terme d' "exception culturelle" servant à qualifier toute une série de produits qui ne pouvaient faire l'objet d'un traitement identique aux autres marchandises , HERSCOVICI (1994) .

On peut estimer cependant que l'adoption d'une telle mesure ne constitue qu'un simple répit pour la Communauté Européenne , on peut parier en effet que les américains s'empresseront de relancer ce débat lors de l'ouverture des prochaines négociations multilatérales sur les échanges . Dans ces conditions , il apparaîtra bien difficile à la CEE de mettre en oeuvre une véritable politique extérieure commune dans un futur proche , si celle-ci devait par ailleurs prendre la forme d'un tarif douanier nominal ou d'un quota à l'importation , elle ne manquerait pas de se heurter aux protestations vigoureuses des autorités américaines .

La seule forme de protection qui resterait un tantinet efficace consisterait à pérenniser les quotas de diffusion en place , nous allons voir à présent qu'elle ne constitue qu'une mesure d'une efficacité toute relative .

§ 2.1.3 : LES POSSIBILITES DE CONTOURNEMENT DE CERTAINES MODALITES DE LA POLITIQUE AUDIOVISUELLE COMMUNE .

Si la Communauté envisage l'application de réelles mesures protectionnistes (quota ou tarif douanier) , on peut penser que les chaînes tenteront d'une façon ou d'une autre de contourner ce qui leur apparaîtront comme une contrainte supplémentaire pour leur programmation . La protection sera toutefois d'autant plus efficace si les Autorités Communautaires envisagent le maintien des quotas de diffusion qui existent aujourd'hui , deux cas de figure peuvent alors être envisagés :

- la mise en place d'une politique protectionnisme tout en supprimant les quotas de diffusion .
- la mise en place d'une politique protectionniste avec le maintien d'un quota de diffusion plus ou moins contraignant .

Par rapport à la première solution , on peut estimer que la protection sera inefficace , en ne contribuant pas à dynamiser suffisamment la production de fictions communautaires . En effet , si l'on abolit les quotas de diffusion , les chaînes retrouveront une totale liberté pour construire leur grille de programmes , on peut craindre qu'elles auront recours alors plus intensément à la diffusion de fictions américaines tant qu'il subsistera un différentiel de prix avec les fictions communautaires. Les chaînes ont également la possibilité de faire appel aux rediffusions surtout dans les périodes hors "Prime Time" , Celles-ci peuvent se composer uniquement de produits américains puisque les quotas de diffusion sont désormais supprimés et qu'elles représentent des programmes achetés au cours des années précédentes et stockés pour une durée souvent très longue .

Dans ce contexte , on peut considérer que la politique protectionniste qui est mise en place ne conduit pas forcément les chaînes à privilégier la diffusion de fictions communautaires .

Si l'on introduit maintenant l'hypothèse d'un maintien des quotas de diffusion couplés avec une politique protectionniste , il s'avère que cette solution pourrait être plus favorable à la diffusion des fictions européennes dans la mesure où une chaîne apparaît une nouvelle fois contrainte par rapport à sa politique de programmation . Face à cette situation , une chaîne est forcée de limiter la diffusion de fictions américaines , en même temps qu'elle voit leurs prix augmenter du fait de l'application d'un tarif douanier ou d'un quota .

Nous venons de mettre en évidence un certain nombre d'éléments d'ordre institutionnel qui demeurent susceptibles de contrarier fortement la mise en place de la combinaison : protectionnisme-coopération au profit du couple : libre-échange-affrontement .

§ 2.2 : LES FACTEURS D'ORDRE TECHNIQUE .

Un certain nombre d'éléments liés à l'évolution des techniques apparaissent susceptibles aujourd'hui d'influer sur l'équilibre du secteur audiovisuel , soit d'une manière directe en modifiant les techniques de diffusion , soit d'une manière indirecte en restreignant les possibilités de profit pour une chaîne constituant ainsi un terrain favorable aux pratiques "conflictuelles" .

§ 2.2.1 : L'EVOLUTION DES TECHNIQUES DE DIFFUSION : L'ADOPTION DU MODE DE DIFFUSION NUMERIQUE .

L'évolution des techniques de diffusion durant les deux dernières décennies a eu comme conséquence d'augmenter fortement l'offre de programmes en direction des

télespectateurs , ces derniers pouvaient recevoir jusqu'à trente canaux différents s'ils étaient rattachés par ailleurs à un réseau câblé ; dans le même temps , le développement du Câble et du Satellite rendait techniquement plus difficile la mise en place de mesures protectionnistes .

En effet , même si l'on admettait que l'accès aux réseaux câblés restait subordonné à la mise en place par l'Etat d'un équipement spécifique , on constatait dans le même temps qu'une fois l'investissement réalisé , les télespectateurs pouvaient alors disposer d'un choix de programmes très large , sur le contenu desquels les Pouvoirs Publics ne pouvaient exercer aucun contrôle .

Concernant la diffusion par Satellite , il semble tout aussi difficile à un Etat d'empêcher ses télespectateurs de regarder les programmes qu'ils désirent dès l'instant où ils disposent d'une antenne parabolique nécessaire à leur réception . Si l'on considère dans le même temps que les programmes diffusés par Satellite sont le plus souvent d'origine anglo-saxonne , la mise en place de mesures protectionnistes destinées à contrecarrer l'influence américaine perd alors une grande partie de sa signification et de son efficacité .

Une autre évolution technologique apparaît aujourd'hui de nature à rendre impossible la mise en place de quotas de diffusion , il s'agit de l'adoption du procédé dit de "compression numérique" qui permet de transmettre sur un même canal , non plus une chaîne à la fois mais dix en même temps , IBANEZ-BUENO et ACHILLE (1994). Dans ces conditions , on peut estimer que dans un futur proche (au début du XXI ème siècle sans doute) , chaque télespectateur européen , en allumant son récepteur, disposera d'une palette d'environ 200 programmes provenant de plusieurs pays et notamment des Etats-Unis .

Face à cette configuration particulière , deux solutions sont envisageables , soit la Communauté Européenne décide par des moyens , juridiques notamment , de restreindre les possibilités pour les opérateurs américains de diffuser leurs programmes en Europe , soit elle choisit de ne pas intervenir ; si elle n'intervient pas , on peut penser qu'il lui sera impossible d'envisager ultérieurement une forme quelconque de protection sur les programmes .

Cependant , la généralisation du processus de diffusion numérique aura à terme trois autres conséquences fâcheuses sur l'équilibre du système audiovisuel en Europe :

- l'existence d'une certaine forme de saturation du télespectateur européen confronté subitement à un grand choix de programmes .
- les Etats-Unis qui sont à l'origine de cette invention disposeront cette fois-ci d'une nouvelle forme d'avantage concurrentiel , celui-ci ne concernera pas uniquement les

programmes , mais également les supports indispensables à leur conception (matériels d'enregistrement , studio de diffusion , etc) .

- le mode de diffusion numérique impliquera aussi de rendre plus complexe la perception par les individus des stratégies des chaînes en même temps qu'il rendra plus difficile la réalisation d'un profit élevé par les chaînes .

§ 2.2.2 : LE DEVELOPPEMENT DU MULTIMEDIA .

Parmi les innovations techniques qui paraissent susceptibles d'influer indirectement sur l'équilibre du secteur audiovisuel , on trouve les équipements multimédias . On peut définir l'expression "multimédia" comme les possibilités offertes à un ordinateur de type PC d'être utilisé à d'autres fins que le traitement de l'information, c'est le cas notamment des CD-ROM que l'on peut intégrer dans les nouveaux équipements , il s'agit encore de rendre possible la connexion du matériel au réseau INTERNET et pouvoir ainsi disposer d'une masse énorme d'informations .

Si l'on considère que les loisirs d'un individu sont contraints en grande partie par le temps , on peut penser que le développement de ce secteur serait de nature à opérer une substitution entre le fait de regarder la télévision et l'utilisation de l'ordinateur à des fins de divertissements . La possibilité qui est offerte dès aujourd'hui à un utilisateur de connecter ce type d'appareil sur le téléviseur laisse planer à moyen terme la menace d'une diminution sensible du niveau d'audience globale , ce qui apparaîtrait alors préjudiciable à l'équilibre financier des chaînes .

§ 2.2.3 : LE DEVELOPPEMENT DU "PAY PER VIEW".

Le système du "Pay per View" , traduit directement : "Payer pour Voir" implique tout simplement qu'un téléspectateur ayant le choix entre un catalogue d'émissions , peut choisir celle qu'il désire regarder en échange d'un paiement direct à la société propriétaire des droits de diffusion . Cette forme nouvelle de télévision qui s'est développée dans les années 80 aux Etats-Unis tend maintenant à se généraliser à l'Europe entière , on peut sans doute y voir dans le cas présent une modification des conditions originelles d'exploitation de la télé qui devient payante et non plus gratuite . Certes , on disposait déjà de chaînes à péage mais qui restaient cependant proches des télévisions hertziennes en fonction de leurs caractéristiques (le prix acquitté par le téléspectateur correspondait en fait à une forme de redevance et non pas au paiement direct d'un programme) .

L'ensemble de ces innovations techniques vont provoquer des effets indirects sur la stratégie des chaînes , dans la mesure où la concurrence qui va s'exercer au sein du secteur va être de nature à bouleverser l'équilibre global du système audiovisuel . En effet , on peut penser que confronté à une offre abondante de programmes , le téléspectateur va être tenté de les regarder tous à la fois en recourant de façon systématique au "zapping" , ce qui aura comme conséquence de diminuer le taux moyen d'audience d'une émission et a fortiori le montant des recettes publicitaires qui lui est directement rattaché .

Face à une diminution de l'audience , les annonceurs seront moins enclins à investir massivement dans le secteur audiovisuel , ce qui conduira certaines chaînes à connaître rapidement des problèmes de rentabilité .

L'autre conséquence fâcheuse de l'adoption du procédé numérique nous laisse penser que , confrontée à une multitude de concurrentes , une chaîne aura beaucoup plus de mal à se forger une image qui permettait autrefois aux téléspectateurs de l'identifier ; par exemple , comment va être perçue la stratégie d'une chaîne comme TF1 si elle se trouve confrontée par ailleurs à une dizaine de concurrentes qui présentent les mêmes caractéristiques .

Avant que le mode de diffusion numérique ne produise réellement ses effets , il semble indispensable que les chaînes européennes se forment une image solide et maintiennent de la sorte un certain niveau d'audience , la production de fictions communautaires de qualité serait de nature à les y aider . On sait toutefois que le grave problème dont souffrent la plupart des Etats membres par rapport à la production audiovisuelle réside dans la difficulté d'engendrer des "économies d'échelles" au sein de la CEE . Ce problème apparaît étroitement lié au cloisonnement excessif des marchés nationaux , un certain nombre d'éléments sont par ailleurs de nature à le renforcer et à empêcher le développement des pratiques de "co-production" .

§ 2.3 : LES FACTEURS D'ORDRE CULTUREL .

L'un des éléments qui reste de nature à contrarier durablement la libre-circulation des fictions au sein de la Communauté Européenne trouve sa source dans la persistance de comportements spécifiques en matière de consommation audiovisuelle au sein de chaque Etat membre .

On doit considérer qu'une fiction audiovisuelle n'est pas une marchandise comme une autre car elle présente tous les aspects d'un bien "immatériel" , GOLDFINGER (1994), dans ce cas , on peut penser qu'elle provoque chez la plupart des téléspectateurs des réactions que l'on pourrait qualifier d' "irrationnelles" , par exemple , l'identification des

télespectateurs au personnage d'une série , le désir d'influer sur le contenu du programme , etc .

On considère également qu'une fiction reflète d'une certaine manière l'identité nationale d'un pays , on ne trouve cependant pas de fictions susceptibles de caractériser réellement l' "identité culturelle européenne" , c'est-à-dire un programme capable d'être apprécié dans des conditions identiques par un téléspectateur français , espagnol ou grec .

Dans le même temps , lorsque l'on observe à la fois les habitudes télévisuelles des téléspectateurs de la Communauté et les pratiques de programmation des chaînes européennes , on constate un certain nombre de divergences notables entre les pays par rapport à l'offre et la demande de fictions . Ces divergences de comportement laissent planer un sérieux doute sur un développement massif des co-productions entre les chaînes européennes , des co-productions qui trouveraient plus facilement le moyen d'être rentabilisées en faisant l'objet d'une diffusion chez l'ensemble des Etats membres . Il convient à ce stade d'examiner l'ampleur des divergences concernant l'offre et la demande de fictions en Europe .

L'analyse des comportements des téléspectateurs des cinq plus grands pays européens pour l'année 1992 laisse transparaître de profondes divergences au niveau de la demande , on peut distinguer deux types d'attitude en matière de consommation audiovisuelle , JEZEQUEL (1993) et (annexe 4) :

- un comportement "anglo-saxon" qui privilégie les fictions par rapport aux films .
- un comportement "latin" qui préfère les films aux fictions .

Si l'on fait abstraction de ces comportements en nous intéressant uniquement aux fictions , on peut mettre en évidence deux paramètres essentiels : une préférence marquée pour les programmes nationaux , REGOURD (1992) , une profonde divergence entre les Etats membres sur les types de fictions préférées par les téléspectateurs , (sitcom , téléfilm , etc) .

L'ampleur des divergences par rapport aux conditions de demande laisse planer un doute sur l'opportunité de développer une production communautaire de masse seule capable pourtant d'inverser la tendance au détriment des fictions américaines .

Un élément supplémentaire semblerait de nature à condamner durablement toutes les expériences de co-production communautaire , il réside dans la place accordée par les chaînes européennes à la diffusion de fictions co-produites par les Etats membres et concerne plus spécifiquement l'offre .

Bien que l'on ne dispose pas de statistiques nombreuses sur les coproductions communautaires , l'exemple d' "Eurocops" témoigne d'un certain état d'esprit hostile à

ce genre de série , celle-ci présentait la particularité d'avoir été co-produite par six chaînes européennes : RAI 2 pour l'Italie , la SSR pour la Suisse , la ZDF pour l'Allemagne , CHANNEL FOUR pour le Royaume-Uni , l'ORF pour l'Autriche et FRANCE 2 pour la France .

Chaque chaîne se voyait imposer un format de 52 minutes avec une intrigue inspirée largement du modèle américain où l'action devait primer sur la réflexion dans le traitement du sujet ; un cycle complet était achevé lorsque toutes les chaînes avaient fourni leur épisode , un autre cycle pouvait alors recommencer .

Le tableau 44 nous indique les différents niveaux d'audience en Europe lors de la diffusion de cette série .

Tableau Numéro 44 : Audiences et heures de diffusion d' "Eurocops" sur trois chaînes européennes (1988-1989) .

Origine de l'Episode	France - A2 : Le Dimanche 16 h40 .	Italie - RAI 2 , tous les jours 18 h40 .	Allemagne - ZDF : Le Dimanche 20 h 15 .
Italie / RAI 2	5 , 1 %	6 , 4 %	20 , 9 %
Suisse/SSR	4 , 4 %	5 , 2 %	24 , 5 %
Allemagne/ZDF	4 , 7 %	5 , 6 %	23 , 9 %
Grande-Bretagne/CHA 4	4 , 8 %	5 , 5 %	23 , 9 %
Autriche/ORF	6 , 0 %	6 , 0 %	18 , 0 %
France/A2	4 , 0 %	xxxxxx	19 , 5 %

Source : La lettre "Eurodiense" , numéro 22 , Juin 1989 .

L'analyse du tableau 44 nous permet de tirer deux enseignements , il apparaît dans un premier temps que les chaînes de télévision en Europe n'ont pas du tout la même perception de la qualité d'une fiction communautaire , celle-ci fait l'objet dans deux cas sur trois d'une programmation en dehors du "Prime Time" . Seule l'Allemagne consent à la diffuser durant cette période , mais seulement le Dimanche qui correspond au jour de la semaine qui engendre habituellement le plus faible taux d'audience ; l'Italie et la France assimilent en fait ce type de programme à n'importe quelles autres fictions américaines peu onéreuses , mais capables malgré tout de dégager un faible bénéfice hors "Prime Time" .

Dans un deuxième temps , on s'aperçoit que l'audience réalisée se situe à un niveau plutôt faible , ce qui peut se concevoir aisément en France et en Italie par rapport à l'heure de programmation , par contre , on peut estimer que la faible audience réalisée en Allemagne témoigne d'une certaine désaffection du public pour ce genre de programme . Dans ces conditions , on peut s'interroger sur l'opportunité de mettre en

place des programmes comme MEDIA et EUREKA pour l'Audiovisuel destinés à favoriser le développement des productions communautaires , tant il demeure difficile de les rentabiliser en les diffusant sur les chaînes européennes .

Le lecteur pourrait nous objecter que nous optons résolument pour une vision ambitieuse en ne considérant qu'un seul aspect de l'offre c'est à dire l'offre "multilatérale" en négligeant par ailleurs les co-productions "bilatérales" entre deux pays de la Communauté . Afin d'apprécier véritablement le poids des co-productions pour chaque grand pays européens , il convient d'examiner sa part relative dans le volume horaire total produit en une année .

Tableau 45 : % des co-productions pour les principaux pays européens en 1991 .

PAYS	Volume Horaire	Co-production avec les autres pays européens .	% des co-productions /Volume Horaire .
ITALIE	500	250	50 , 00 %
ESPAGNE	280	60	21 , 42 %
ALLEMAGNE	1200	120	10 , 00 %
GRANDE-BRETAGNE	1270	100	7 , 87 %
FRANCE	1095	200	18 , 26 %
TOTAL	4285	730	17 , 03 %

Source : La production de fiction en Europe , Page 25 , JEZEQUEL , La Documentation Française , Paris , 1993 .

Le tableau 45 vient confirmer à sa manière les remarques que l'on a fait précédemment , on constate qu'il existe en effet une faiblesse chronique des co-productions en Europe par rapport au volume horaire annuel dans chaque pays . En outre , si l'on examine plus attentivement les chiffres , on constate qu'il existe un certain nombre de divergences , ainsi ; la part des co-productions représente la moitié du volume horaire diffusé par les chaînes en Italie , à l'inverse , la part de la Grande-Bretagne se situe à la portion congrue avec un niveau qui demeure très faible .

Un dernier élément contribue à jeter encore plus le doute sur le développement d'une production communautaire à plus ou moins court terme , il concerne les chiffres eux-mêmes . En effet , en raison même de la définition d'une co-production qui est censée regrouper au minimum deux pays , on aboutit à compter plusieurs fois le même programme , ce qui divise en deux le montant total des co-productions en Europe , celui-ci ne représentant réellement que moins de 10 % du volume horaire .

Pour conclure , on peut estimer qu'il existe une multitude d'obstacles qui empêche la Communauté Européenne de mettre en place une politique audiovisuelle commune optimale ; celle-ci étant matérialisée par l'adoption de la combinaison : politique protectionniste et coopération entre les chaînes de télévision .

Des obstacles institutionnels d'abord , liés à la fois à une différence d'appréciation de la part de chaque Etat membre concernant l'opportunité de mettre en oeuvre ce genre de politique , au respect ensuite de certains traités internationaux ayant pour cadre la libre circulation des marchandises , à la possibilité enfin pour les chaînes de contourner certaines dispositions réglementaires .

En second lieu , des obstacles d'ordre technique , ces derniers rendront presque illusoire le contrôle du contenu des programmes par l'Etat dans un proche avenir en même temps qu'ils limiteront les perspectives de profit des chaînes de télévision , celles-ci étant de fait confrontées à une multitude de concurrentes .

Pour finir , des obstacles d'ordre culturel caractérisés par des différences de comportements télévisuels au sein de chaque Etat membre et par la persistance d'une identité culturelle nationale préjudiciable à un réel rapprochement entre les chaînes européennes .

Dans ces conditions , la combinaison de tous ces facteurs apparaît susceptible de conduire la Communauté Européenne à maintenir les fondements actuelles de sa politique audiovisuelle , c'est à dire l'adoption d'une combinaison : libre-échange et affrontements entre les chaînes .

CONCLUSION DE LA TROISIEME PARTIE

Vers le milieu des années 80 , la place de plus en plus importante tenue par les fictions américaines dans la programmation des chaînes privées européennes a conduit les responsables politiques de la CEE à intégrer progressivement la politique audiovisuelle dans le champs d'activité communautaire . Toutefois , pour des raisons liées d'abord à certaines différences d'appréciation concernant les dangers d'une dilution de l'identité culturelle européenne , pour des facteurs d'ordre strictement culturels ensuite , la mise en place d'une politique audiovisuelle commune est restée cantonnée à l'application d'un quota de diffusion fixant à 60 % le montant d'oeuvres communautaires devant être programmées par les chaînes .

Alors que les comportements des chaînes sont susceptibles d'évoluer progressivement vers des pratiques plus "coopératives" , on peut penser que l'existence de programmes communautaires comme MEDIA et EUREKA , même s'ils contribuent à favoriser le développement des co-productions souffrent encore d'un manque cruel de moyens financiers . De la même manière , les quotas de diffusion n'ont pas permis d'enrayer véritablement le flux de fictions en provenance des Etats-Unis en même temps qu'ils semblent avoir laissé la production communautaire dans un état identique à ce qu'elle était auparavant . Dans ces conditions , on peut estimer que la seule solution de nature à permettre à la Communauté de lutter à armes égales avec les Etats-Unis consisterait à adopter un véritable modèle "européen" d'organisation du système audiovisuel .

Celui-ci reposerait sur deux piliers principaux : une politique extérieure commune fortement teintée de protectionnisme et une généralisation des pratiques "coopératives" entre les chaînes . Si l'adoption par les chaînes de telles pratiques peut s'envisager sans qu'il soit pour autant nécessaire de bouleverser l'ordre établi , on peut considérer que l'édiction de mesures protectionnistes semblent exclue dans un proche avenir compte-tenu du contexte politique international lié surtout au respect des accords internationaux . Tout ceci nous conduit à douter de l'efficacité d'un tel modèle au plan pratique , ce qui nous laisse croire par la même occasion que la domination des Etats-Unis au niveau de la production de fictions paraît désormais irréversible et pourrait conduire à faire disparaître entièrement le secteur de la production audiovisuelle en Europe à plus ou moins bref échéance .

CONCLUSION GENERALE

Le poids important qu'occupe encore aujourd'hui dans la plupart des pays le secteur audiovisuel public laisse la porte ouverte à de nombreux débats sur son efficacité ; l'intervention de l'Etat dans ce secteur d'activité n'est rien d'autre que l'expression moderne de comportements déjà anciens , hérités de la Renaissance où l'Etat était l'artisan essentiel de la promotion des Arts et des Spectacles . Dès la fin de la Seconde Guerre Mondiale , prétextant un contrôle obligatoire des fréquences de diffusion en même temps qu'un droit de regard sur le contenu des programmes , l'Etat est intervenu massivement dans le secteur en favorisant son développement plus ou moins rapide . Dès lors , il s'est posé en ardent défenseur de l'identité culturelle nationale en encourageant et en facilitant la diffusion de fictions qui demeuraient à ses yeux le principal vecteur de promotion des oeuvres nationales .

Dans ces conditions , on aurait dû constater l'omniprésence des fictions nationales sur les écrans des chaînes européennes en même temps que des importations réduites de fait à la portion congrue . Or que remarque-t-on empiriquement ? . On s'aperçoit que la quasi-totalité des pays européens , à un degré moindre , il est vrai du Royaume-Uni , ont eu recours massivement aux importations de fictions essentiellement en provenance des Etats-Unis . Ces résultats un peu inattendus ne nous auraient aucunement surpris s'ils concernaient la seconde moitié des années 80 ; cette période avait vu la création de nombreuses chaînes privées , ces dernières qui obéissaient uniquement à une logique de profit recherchaient d'abord une grande quantité de programmes peu onéreux disposant d'un minimum de qualité , des caractéristiques qui correspondaient parfaitement aux fictions américaines .

Toutefois , la période de référence concernait non pas une moitié mais l'ensemble de la décennie 80 , celle-ci , à ces débuts ne connaissait en fait que des chaînes publiques pour qui la perspective de réaliser des profits n'étaient pas le but essentiel . Dans ces conditions , comment pouvait-on expliquer que l'on retrouvait les mêmes tendances au niveau de l'offre de fictions alors que la structure des "systèmes" audiovisuels était radicalement différente , deux explications pouvaient être avancées :

- l'intervention de l'Etat dans le secteur audiovisuel serait inefficace et conduirait à faire apparaître un certain nombre d'effets pervers là où son rôle semblait initialement légitime .
- l'influence de l'Etat sur la capacité des "systèmes" audiovisuels à offrir des fictions serait en quelques sortes secondaire par rapport aux autres déterminants de l'avantage concurrentiel d'une nation : la stratégie des chaînes , la dotation en facteurs , le rôle des industries situées en amont et apparentées et la qualité de la demande .

Ces deux conditions par ailleurs étroitement liées laissent apparaître ainsi une hiérarchie des systèmes audiovisuels en fonction du degré plus ou moins fort de l'intervention étatique :

- un système "américain" largement ouvert sur la concurrence avec un rôle de l'Etat initialement très faible .
- un système "anglais" hybride marquée à la fois par la présence de chaînes publiques et de chaînes commerciales avec une influence de l'Etat plutôt discrète , mais que l'on peut qualifier toutefois d'efficace .
- un système "français" ne disposant uniquement que de chaînes publiques placées directement sous la tutelle de l'Etat .

L'existence de cette hiérarchie plaçait résolument les Etats-Unis au sommet dans la mesure où c'était le seul pays capable à la fois de répondre à la demande nationale et à la demande mondiale , ce même classement mettait le Royaume-Uni dans une position médiane en raison de sa capacité certes bonne , mais moins forte que les Etats-Unis à répondre à ces deux types de demande . Pour finir , l'ensemble des autres pays qui composaient le système "français" occupaient les dernières positions en étant incapable de satisfaire respectivement les deux types de demande .

Cependant , il apparaissait que les performances de chacun des systèmes ne pouvaient dans un premier temps être réellement comparées jusqu'au milieu des années 80 car il n'existait pas de concurrence entre les chaînes de télé au sein du système "français" . Jusqu'à cette date , les seuls éléments de comparaison entre les trois systèmes reposaient uniquement sur des considérations macro-économiques en excluant quasiment le rôle susceptible d'être joué par les chaînes . L'hégémonie initiale des Etats-Unis dès cette époque s'expliquait d'abord par la capacité de chacun des déterminants du schéma "portérien" à influencer sur l'avantage concurrentiel global . Dans ces conditions , on comprend mieux pourquoi l'adoption du système "anglais" par l'ensemble des Etats membres de la Communauté Européenne n'a pas contribué loin s'en faut à modifier cette situation et cela pour deux raisons qui tenaient à la fois au passé et au présent :

- au passé d'abord , dans le sens où la supériorité américaine dans la production audiovisuelle trouvait sa source autant dans les stratégies des chaînes que dans l'ensemble des autres déterminants de l' "avantage concurrentiel" .
- au présent , dans la mesure où la généralisation de la concurrence au sein du système "européen" n'a pas fait disparaître le poids de l'intervention étatique qui persiste tout en agissant maintenant de manière indirecte (fixation d'un cahier des charges contraignant, absence de transparence dans la désignation des opérateurs privés , etc) .

Prenant conscience progressivement de la menace que faisait planer à terme la domination américaine en même temps que de l'inefficacité relative du fonctionnement du système "européen", l'ensemble des Etats membres par l'intermédiaire des Institutions Communautaires se sont employés à intégrer progressivement la politique audiovisuelle dans le domaine d'intervention de la CEE. Bien que les débuts furent timides, la fin des années 80 et surtout le début des années 90 ont vu progressivement se mettre en place un embryon de politique extérieure commune avec l'adoption de quotas de diffusion ; dans le même temps, un certain nombre de programmes destinés à favoriser les co-productions européennes furent également développés sans que l'on puisse dire à ce jour s'ils ont été réellement efficaces.

Parallèlement à ce redéploiement de l'intervention publique vers un cadre communautaire, les chaînes de télé sans que l'on puisse dire si elles ont réagi en fonction de ce nouvel environnement plus consensuel ou à cause d'une évolution de la mentalité de leurs dirigeants se sont mis à adopter des comportements "coopératifs".

Bien qu'il soit trop tôt pour juger de l'évolution probable du système "européen" au cours des prochaines décennies, on peut penser que la Communauté Européenne ira encore plus loin dans l'adoption d'une politique audiovisuelle commune en mettant en place une véritable politique protectionniste (quotas et tarifs douaniers) envers les Etats-Unis, principalement. Dans le même temps, on peut parier également sur une évolution progressive du comportement des chaînes qui finiront par adopter d'une manière générale des pratiques plus consensuelles susceptibles d'éviter de nombreuses sources de gaspillage.

Cette solution, que l'on avait retenu comme la solution optimale susceptible de sortir la Communauté de ses difficultés actuelles et ainsi pouvoir faire face à l'invasion des programmes américains se heurtait pourtant à trois obstacles majeurs :

- des obstacles d'ordre institutionnel.
- des obstacles d'ordre technique.
- des obstacles d'ordre culturel.

La combinaison de ces obstacles pouvait en fait conduire la Communauté Européenne sur la voie d'une solution sous-optimale, cette dernière reflétait d'une certaine manière une forme de statu-quo en laissant d'abord s'affronter les chaînes, en laissant ensuite la CEE totalement dépourvue de protections vis à vis de l'extérieur.

Les premiers obstacles semblaient les plus faciles à contourner de prime abord dans la mesure où ils consistaient à rapprocher les intérêts divergents de chaque Etat membre dans un domaine qui ne présentait pas d'enjeux essentiels pour le devenir de chacun. Dans le même temps, il s'agissait de veiller à ce que la mise en place d'une

hypothétique politique commune soit tout à fait compatible avec la signature des accords internationaux notamment ceux ayant pour cadre la libre-circulation des marchandises et des services .

Les obstacles d'ordre technique concernaient surtout l'évolution des modes de diffusion actuels et leur remplacement par un mode numérique décuplant ainsi l'offre de programmes en direction des téléspectateurs . Sa généralisation à l'aube du troisième millénaire laissait craindre que leur promoteur , les Etats-Unis en l'occurrence ne profitent de cette occasion pour s'assurer un avantage définitif dans la production audiovisuelle .

Les obstacles d'ordre culturel demeurent à ce jour les plus complexes parce que les plus difficiles à franchir , ces derniers sont bien souvent le reflet des mentalités profondes d'un pays qui conduisent inévitablement à l'apparition d'une sorte de "nationalisme culturel" . Même si l'on pourrait assister à une évolution progressive des comportements des téléspectateurs européens , comportements qui consisteraient à regarder plus souvent les fictions communautaires , le chemin qui reste à faire est énorme .

L'ensemble de ces considérations nous laisse penser que l'adoption d'un futur modèle "européen" par la Communauté demeure très improbable , celui-ci serait pourtant de nature à modifier sensiblement le rapport des forces entre l'Europe et les Etats-Unis dans le domaine de la production audiovisuelle . Dans ces conditions , on peut s'interroger réellement sur la subsistance à terme d'une industrie audiovisuelle en Europe en même temps que sur l'irréversibilité de la domination américaine .

Sans prétendre jouer les prophètes , deux scénarios sont envisageables au cours de la prochaine décennie :

- un scénario que l'on qualifiera d' "optimiste" parce qu'il rompt d'une certaine manière avec la situation actuelle sans pour autant conduire à l'extinction du secteur audiovisuel.
- un scénario auquel on peut adjoindre le terme de "catastrophe" , qui prolonge dans les grandes lignes les tendances que l'on observe actuellement au sein de la plupart des Etats membres et qui conduit inexorablement à la disparition de l'industrie audiovisuelle européenne .

La réalisation du premier scénario passe obligatoirement par la combinaison de trois éléments qui ne doivent pas ou peu faire l'objet de critiques à la fois des américains mais aussi d'autres pays tiers :

- l'existence d'un effort tout particulier de la part des grands pays comme la France , le Royaume-Uni , l'Espagne , l'Italie et l'Allemagne dans la production de fictions .

- le développement massif des coproductions sans recourir obligatoirement aux aides communautaires .
- la disparition de l' "effet d'imitation" lié en fait à une saturation progressive des téléspectateurs européens vis à vis de la diffusion des fictions américaines .

Ces trois éléments , à condition qu'ils se produisent à des périodes rapprochées sont susceptibles de sauvegarder à la fois une certaine forme d' "identité culturelle européenne" en même temps que certains pans de l'industrie audiovisuelle ; ils présentent également l'intérêt de ne pas susciter l'intervention directe de l'Etat qui ne manquerait pas de causer de nombreuses critiques .

Ainsi , si l'on examine d'abord le premier paramètre , cela signifie que les pays qui disposent d'un marché intérieur de grande taille capable de rentabiliser en partie leurs fictions s'emploient à développer de manière significative la production originale , en essayant , par exemple , de tenir compte de la "préférence pour les programmes nationaux" si souvent exprimée par les téléspectateurs . La prise en compte de cet élément pourrait se doubler au fil des ans par une intégration progressive d'une "préférence pour les programmes communautaires" , cette dernière marquerait dans une certaine mesure l'évolution des comportements télévisuelles des Européens . Quand au troisième paramètre , on peut imaginer sans trop rêver qu'il finisse par se réaliser , conduisant ainsi les téléspectateurs à se détourner progressivement des fictions américaines qui verraient ainsi leur audience baisser considérablement , diminuant alors fortement le ratio : Audience / Coût au profit des fictions communautaires . Ce dernier élément s'il se produisait effectivement aurait sensiblement les mêmes conséquences que la mise en place d'un tarif douanier , mais il aurait l'avantage de ne souffrir d'aucunes critiques car le consommateur restera toujours souverain dans ses choix .

Peut-on espérer voir ce scénario se réaliser ? . En attendant c'est une situation beaucoup plus dangereuse pour l'avenir du système qui se profile à l'horizon , celle de l'irréversibilité de la domination américaine qui conduira à la disparition progressive du secteur audiovisuel en Europe . Tout comme le scénario précédent , un certain nombre de conditions sont nécessaires pour qu'il se produise effectivement , trois éléments sont à prendre en considération :

- les pays européens n'arrivent pas à s'entendre sur la mise en oeuvre d'une politique extérieure commune , certains craignant des représailles américaines comme les petits pays , d'autre comme le Royaume-Uni préférant jouer une carte plus individuelle .

- l'évolution des techniques de diffusion conduit rapidement à l'apparition de plusieurs centaines de chaînes , ces dernières constatant une baisse significative de leur audience recherchent d'abord les fictions les moins onéreuses , américaines en l'occurrence .
- la majorité des téléspectateurs européens finissent sous l'influence d'autres biens de consommation comme les hamburgers et les disques par adopter des comportements parfaitement identiques à ceux des téléspectateurs américains , on parlera à cette occasion d' "effet d'imitation parfait" .

Ce scénario en tout point catastrophique pour la Communauté est-il susceptible de se produire un jour ? . L'observation d'un certain nombre de comportements actuels nous le laissent penser , en effet , la création un peu chaotique des chaînes privées depuis une décennie dans la totalité des Etats-membres a été étroitement corrélé avec l'augmentation des importations américaines de fictions.

On peut estimer que le développement des réseaux câblés en même temps que la diffusion directe par satellite contribueront à créer encore plus de chaînes privées , ce qui compte tenu de la faible progression des recettes publicitaires leurs laissent présager de faibles perspectives de profit . Dans ces conditions , on voit mal comment le flux de fictions pourraient s'inverser véritablement au profit des fictions communautaires jugées beaucoup trop onéreuses . Pour finir , le développement des nouveaux supports informatiques comme le Multimédia trouve son origine aux Etats-Unis , ce qui serait de nature à influencer indirectement le téléspectateur européen .

BIBLIOGRAPHIE

- ABRAMSON , A.**, *The History of Télévision , 1880 to 1941* , Jefferson , NC ; Mac Farland and Company Inc , 1987 .
- ACHILLE ,Y., IBANEZ-BUENO , J .**, *Les télévisions publiques en quête d'avenir*, Collection PUG , 1994 .
- ANDERSEN ,S ., DALUM , B ., VILLUMSEN , G.,** : *International Spécialisation and the Home Market : An Empirical Analysis* , Institut for Production , Aalborg Universitetscenter , Denmark , 1981 .
- ARNDT , J .**, *The Political Economy Paradigm , Foundation for théory Building in Marketing* , in Journal Of Marketing , Vol 47 , Fall , pp 44-54 , 1983 .
- ARROW , KJ .**, *Choix collectif et préférences individuelles* , Trad Française , Calmann Levy , 1974 , Paris .
- AUGROS , J .**, *L'argent d'Hollywood* , Edition l'Harmattan , 1996 .
- AUTISSIER , AM ., MATTELART , T .**, *Télévisions publiques en Europe : quelle offre pour quelle demande ? , les exemples de l'Allemagne , de la France , de l'Italie et du Royaume-Uni* , Eurocréation production , 1991 .
- AZAL , D ., ZYF , J .**, *Compétitive Market Choice Stratégies in Multinational Marketing* , Columbia Journal of World Business , Fall , pp 72-81 , 1978 .
- BALLAND , P ., MESSENGER , D .**, *L'envers du décor* , Edition Balland , 1986 .
- BALLE , F .**, *Médias et Sociétés* , 5 ème Edition , Collection Domat Politique , Edition Montchrestien , 1990 .
- BARWISE , P ., EHRENBURG , A .**, *Télévision and its Audience* , Sage Publications , Londres , 1988 .
- BAUDELLOT , P ., EYMERY , G .**, *Les Satellites et l'Audiovisuel* , Editions DIXIT , Le Guide de l'Audiovisuel et de la Communication , 1994 .
- BAUDRY , B .**, *L'Economie des relations interentreprises* , Collections Repères , Edition La Découverte , 1995 .
- BAUMOL , W ., BOWEN , W .**, *Performing Arts , The Economic Dilemma*,Cambridge , MIT Press ,1966 .
- BAUMOL , W .**, *Macroeconomics of Unbalanced Growth : the Anatomy of urban crisis* , in Américan Economic Review , Vol 57 , p 415-426 , Juin 1967 .
- BAUMOL , W ., PANZAR , J ., WILLIG , R .**, *Contestable Markets and the Theory of Industrial Structures* , New York , Harcourt , Brace Jovanovitch , 1982 .
- BECKER , G .**, *Human Capital* , 2 ème Edition , National Bureau of Economic Research , Columbia University Press , 1975 .
- BELASSA , B .**, *The Theory of Economic Intégration* , London , Allen and Urwin , 1962 .

- BENARD , J .,** *Economie Publique* , Paris , Economica , 1985 .
- BENHAMOU , F .,** *L'Economie de la Culture* , Collection Repères , Editions La Découverte , 1996 .
- BENKO , G ., LIPIETZ , A .,** *Les régions qui gagnent , districts et réseaux : les nouveaux paradigmes de la géographie économique* , Collection "Economie en Liberté", Edition PUF , 1992 .
- BERTRAND , CJ .,** *Les Etats-Unis et leur télévision* , INA , Collection : "Les télévisions du Monde" , Editions Champ Vallon , 1989 .
- BESSEN , S ., KRATTENMAIER , R ., METZGER , R ., WOODBURY , J .,** *Misregulating Television Network Dominance and the FCC* , The University of Chicago Press , Chicago , London , 1984 .
- BLUM , R ., LINDHEIM , R .,** *Prime-Time Network Television Programming* , Boston , Focal Press , 1987 .
- BONET , L .,** *World Music and local markets : some ideas from a cross-sectional analysis* , in "Approches comparatives en Economie de la Culture" , pp 145-157 , Colloque d'Ivry sur Seine , 29-30 Mai 1995 .
- BONNELL , R .,** *La vingt-cinquième image , une économie de l'Audiovisuel* , Collection Le Monde Actuel , Edition GALLIMARD , F.E.M.I.S , 1989 .
- BOON , M ., RYST , A ., VINAY , C .,** *Lexique de l'Audiovisuel* , Editions DALLOZ , 1990 .
- BOURSIN , JL .,** *Les dés et les urnes , les calculs de la Démocratie* , Edition du Seuil , 1990 .
- BOYER , R .,** *La flexibilité du travail en Europe* , Editions La Découverte, 1982 .
- BREDIN , JD .,** *Les nouvelles télévisions hertziennes , Rapport au Premier Ministre*, La Documentation Française , Mai 1985 .
- BROOKS , T ., MARSH , E .,** *The Complete Directory to Prime Time Network TV Shows , (1946-Présent)* , Edition Ballantine Books , New York , 1992 .
- BRYANT , R ., CURRIE , D ., FRENKEL , AJ ., MASSON , PR ., PORTES , R .,** *Macroeconomic Policy in an Interdépendant World* , The Brookings Institution and IMF , Washington , 1989 .
- BURBAN , JL .,** *Le Conseil de l'Europe* , Collection Que Sais-Je ? , Edition PUF , 1985 .
- BUSSON , A .,** *Stratégies et politiques d'entreprise* , Chap 1 , page 13-69 , in "Le management des entreprises artistiques et culturelles" , Y.EVRARD et Alii , Collection Economica Gestion , 1993 .
- BUZZELL , L .,** *How to Make it in Hollywood* , Harper Perennial , New York , 1992 .

CAHIERS FRANCAIS ., *Découverte de la Microéconomie* , Numéro 254 , Janvier-Février 1992 , La Documentation Française .

CAPITAL ., *La révolution du multimédia* , Page 68-87 , Numéro 43 , Avril 1995 .

CEE ., *Télévision sans Frontières* , livre vert sur l'établissement du marché commun de la radiodiffusion , notamment par satellite et par câble , Communication de la Commission au Conseil , 1984 .

CEE ., *L'impact des nouvelles technologies sur la concurrence dans l'industrie de la télévision en Europe* , Commission des Communautés Européennes , 1988 .

CEPE ., *La coopération transfrontière entre entreprises en Europe : une vision d'entreprises françaises* , 1991 .

CAYROL , R ., *La nouvelle communication politique* , Paris , Larousse , 1986 .

CEPII ., *La spécialisation industrielle de 12 pays européens avant et après 1973* , C.C.E , 1980 .

CHAMARD , ME ., **KIEFFER , P .**, *La télé , dix ans d'histoire secrètes* , Edition Flammarion , 1992 .

CHANIAK , R ., **BOURDON , H .**, *L'Europe au Prime Time* , Médiaspouvoirs , Octobre , Novembre , Décembre 1992 .

CHAUVET , P ., *Le Câble : la télévision au pluriel , de A à Z , toutes les réponses à vos questions* , Entreprise Moderne d'Editions , 1986 .

CHEVALIER , JM ., *L'économie industrielle des stratégies d'entreprises* , Collection DOMAT Economie , Edition Montchrestien , 1995 .

CLUZEL , J ., *Presse , bilan et perspectives , production audiovisuelle , une priorité absolue* , les rapports du Sénat , Commission des Finances , Numéro 514 , Page 120 , Année 1993-1994 .

COOPER , RN ., *Economic Policy in an Interdépendant World : Essays in World Economy* , The MIT Press , Cambridge , Mass , 1985 .

COLLINS , R ., **GARNHAM , N .**, **LOCKSLEY G .**, *The Economics of United Kingdom Télévision* , Sage , Londres , 1988 .

CORIAT , N ., *La Firme Télévisuelle de Masse , programmation et concurrence* , Thèse es Sciences Economiques , Paris 1 , 1994 .

COSTE-CERDAN , N ., *Le film d'animation , premier produit culturel mondial in L'Etat des Médias* , Page 65 , Editions La Découverte , Collections Médiaspouvoirs , 1991 .

CRETON , L ., *Economie du Cinéma , perspectives stratégiques* , Edition Nathan Université , 1994 .

CSA , INA ., *Les chiffres clés de la télévision française (1988-1989)* , Page 92 , 1990 .

CURIEN , N ., GENSOLLEN , M ., *Economie des Télécommunications , ouverture et réglementation* , ENSPTT , Collection Economica , 1992 .

DAGNAUD , M ., *Profession programmeur* in Médiaspouvoirs N° 20 , Octobre-Novembre-Décembre 1990 .

D 'ALES DE CORBET , JP ., NICOLAS , B ., *Histoire de la programmation du film de cinéma à la télévision française , extension de la quantité , récession de la qualité* , Document Polycopié , Stage d'option de l'Ecole Polytechnique , 1991 .

DANG NGUYEN , G ., *Economie Industrielle Appliquée* , Collection Vuibert Economie , 1995 .

DEBBASCH , C ., *Radio et Télévision en Europe* , Edition du CNRS , 1985 .

DEBBASCH , C ., *Droit de l'Audiovisuel* , Collection Précis DALLOZ , Deuxième Edition , 1991 .

DE GOURNAY , C ., MUSSO , P ., PINEAU , G ., *Télévisions déchainées* , INA , La Documentation Française , Paris , 1985 .

DE LA BAUME , R ., BERTOLUS , JJ ., *Les nouveaux maîtres du Monde* , Edition Belfond , 1995 .

DEROO , M ., DUSSAIX , AM ., *Pratique et analyse des enquêtes par sondage* , Collection PUF , 1990 .

DE WOOT , P ., *Les entreprises de haute technologie et l'Europe* , Collection Economica , 1988 .

DICTIONNAIRE D'HISTOIRE ECONOMIQUE ., *Les grandes puissances , les grands thèmes* , page 477 , Collection Hatier , 1987 .

DUESENBERRY , JS ., *Income , Saving and the Theory of Consumer Behavior* , Harvard University Press , Cambridge , Mass , 1949 .

DUNNETT , P ., *The World Télévision Industry : An Economic Analysis* , London , Rountledge , 1990 .

FARCHY , J ., *Le cinéma déchainé* , Paris , Presse du CNRS , 1992 .

FARCHY , J ., SAGOT-DUVAUROUX , D ., *Economie des politiques culturelles* , Collection PUF Economie , 1994 .

FLICHY , P ., *Les industries de l'imaginaire* , Collection PUG , 2 ème Edition , 1991 .

FOUGEA , JP ., KALCK , A ., ROGARD , P ., *Les aides au financement , (cinéma et télévision)* , Editions DIXIT , 1993 .

FLORENSON , P ., BRUGERE , M ., MARTINET , D ., *Douze ans de Télévision, 1974-1982* , La Documentation Française , Paris , 1987 .

GARNHAM , N ., *Structures of Télévision* , Télévision Monograph , British Film Institute , London , 1980 .

- GINSBURG , D .**, *Régulation of Broadcasting : Law and Policy Towards Radio , Télévision and Câble Communications* , St Paul (MN) , West , 1979 .
- GITLIN , T .**, *Inside Prime Time* , Panthéon Books , New York , 1983 .
- GOLDFINGER , C .**, *L'Utile et le Futile , l'Economie de l'Immatériel* , Editions Odile Jacob , 1994 .
- GOSSE , B .**, **LECAILLON , J .**, **DE MESNARD , L .**, **MONNIER , JM .**, *Economie managériale* , Edition Montchrestien , 1988 .
- GREFFE , X .**, *Analyse économique de la bureaucratie* , Collection Economica, Paris 1981 .
- GREFFE , X .**, *Economie des politiques publiques* , Collection Précis DALLOZ , 1994 .
- GUBACK , T .**, *The International Film Industry in Western Europe and America since 1945* , London , Bloomington , Indiana University Press , 1969 .
- GUBACK , T .**, *Le cinéma américain : un business international* , in Ecran N° 24 , 1974 .
- GUERRIEN , B .**, *La théorie des Jeux* , Collection Economie Poche , Edition Economica , 1993 .
- GUILLOU , B .**, *Les stratégies multimédias des groupes de communication* , Notes et Etudes Documentaires , La Documentation Française , Septembre 1985 .
- GUILLOU , B .**, **PADIOLEAU , JD .**, *La régulation de la télévision* , CNCL , La Documentation Française , Paris , 1989 .
- HERSCOVICI , A .**, *Economie de la Culture et de la Communication* , Edition l'Harmattan , 1994 .
- HIRSCH , S .**, *Location of Industry and International Competitiveness* , Oxford University Press , 1967 .
- HOTELLING , H .**, *Stability in Compétition* in Economic Journal , p 41-57 , 1929 .
- HUBER , R .**, *La RFA et sa télévision* , INA/Champ Vallon , Paris , 1989 .
- JACQUEMIN , A .**, **REMICHE , B .**, *Coopération entre entreprises* , Association Internationale de Droit Economique , Editions Universitaire De Boeck , 1988 .
- JELOT-BLANC , JJ .**, *Téléfeuilletons* , MA Editions , 1990 .
- JEZEQUEL , JP .**, *La production de fictions en Europe* , La Documentation Française , 1993 .
- JOFFRE , P .**, **KOENIG , G .**, *Stratégie d'entreprise , antimanuel* , Collection Economica Gestion , 1985 .
- JOURNAL OFFICIEL** du 30 Juillet 1982 portant inscription de la Loi N°82-652 .
- JULIEN , F .**, *La loi des séries* , Edition Bernard Barrault , 1987 .
- KEESING , D .**, *Labor Skills and Comparative Advantage* , in American Economic Review , Page 249-58 , Mai 1966 .

- KEESING , DB .**, *Labors skills and Structure of Trade in manufactures* , in KENEN and LAWRENCE : *The Open Economy* , New York , 1968 .
- KLAPPER , JT .**, *The Effects of Mass Communications* , Glenof Free Press , 1955 .
- KOENIG , G .**, *Management stratégique , vision , manoeuvres et tactiques* , Edition Nathan , 1990 .
- KOPP , P .**, *Télévisions en concurrence* , Collection "Culture et Communication" , Edition Anthropos , 1990 .
- KOPP , P .**, *Effets des modalités de financement (payant ou publicitaires) sur l'efficience et l'offre de programmes télévisuels* , in "Approches comparatives en économie de la Culture" , pp 449-471 , Colloque d'Ivry sur Seine 29-30 Mai 1995 .
- KRUGMAN , P .**, *L'intégration économique en Europe : problèmes conceptuels* , in T.PADOA-SCHIOPPA : "Efficacité , Stabilité , Equité" , Economica , 1987 .
- LANGE , A .**, *La mise en concurrence de la télévision , (1980-1985)* , Thèse de Doctorat , 4 Volumes , pp 366-390 , Université de Liège , 1986 .
- LANGE , A .**, **RENAUD , JL .**, *L'Avenir de l'industrie audiovisuelle européenne* , Institut Européen de la Communication , Edition Média Monograph N° 10 , 1988 .
- LASWELL , H .**, *A Dynamic Theory of Personality* , Mac Graw Hill , New York , 1935 .
- LE CHAMPION , R .**, **RASAMOELA , P .**, *Le Positionnement des chaînes publiques et privées en Europe* , CSA , Paris , Août 1992 .
- LE DIBERDER , A .**, **COSTE-CERDAN , N .**, *La télévision* , Editions La Découverte , 1986 .
- LE DIBERDER , A .**, **COSTE-CERDAN , N .**, *Briser les chaînes , introduction à l'après-télévision* , Edition La Découverte , 1988 .
- LEGRAND , J .**, *Chronique du Cinéma* , Editions Chroniques , 1992 .
- LEIBENSTEIN , H .**, *Organisational or Frictionnal Equilibrium , X Inefficiency and the Rate of Innovation* , Novembre , V 4 , pp 600-623 , 1980 .
- LEROY , D .**, *Economie des Arts du spectacle vivant* , Edition L'Harmattan , 1992 .
- LEWIN , H .**, *A Dynamic Theory of Personality* , Mac Graw Hill , New York , 1935 .
- LINDER , S .**, *An Essay , on Trade and Transformation* , New York , John Wiley and Sons , 1961 .
- LOCHARD , G .**, **BOYER , H .**, *Notre écran quotidien , une radiographie du télévisuel* , Collection Société , Edition DUNOD , 1995 .
- MAC DONALD , G .**, *The Economics of Rising Stars in Américan Economic Review* , 78 (1) , p 155-166 , 1988 .
- MAC QUAIL , D .**, **SIUNE , K .**, *New Média Politics* , Sage , Londres , 1986 .
- MAGGIORE , M .**, *La production audiovisuelle dans le Marché Unique* , Commission des Communautés Européennes , 1991 .

- MAI 68 à l'ORTF** ., Comité d'Histoire de la Télévision , Fondation Nationale des Sciences Politiques , Paris , La Documentation Française , INA , Radio France , 1986 .
- MAILLET , P ., ROLLET , P .,** *Intégration économique européenne , théorie et pratique* , Edition Nathan Supérieur , 1988 .
- MALAUSSENA DE PERNO JL .,** *Spécialisation internationale et développement économique* , Economica , 1975 .
- MARIET , F .,** *La télévision américaine , Médias , Marketing et Publicité* , Collection Economica Gestion , 1990 .
- MARTINET , AC .,** *Stratégie* , Collection Vuibert Gestion , 1983 .
- MATTELART , A ., MATTELART , N .,** *Le Carnaval des images , la fiction brésilienne* , INA / La Documentation Française , Paris , 1987 .
- MEDIAPOUVOIRS .,** *Le management dans les médias* , Numéro 16 , Octobre-Novembre-Décembre 1989 .
- MEDIAPOUVOIRS .,** *Panne de Pub* , Numéro 28 , Octobre-Novembre-Décembre 1992 .
- MEDIAPOUVOIRS .,** *L'Après-télévision , nouveaux écrans-nouveaux médias* , Numéro 30 , Avril-Mai-Juin 1993 .
- MEHL , D .,** *La fenêtre et le miroir , la télévision et ses programmes* , Documents Payot , 1992 .
- MICHEL , H ., ANGOULVENT , AL .,** *Les télévisions en Europe* , Collection Que Sais-Je ? , PUF , 1992 .
- MIEGE , B .,** *Les industries de programmes audiovisuels : le modèle éditorial , le modèle de flot , le modèle de l'information écrite* , in *Economie et Culture* , Volume 3, pp 175-189 , La documentation française , 1989 .
- MINASIAN , JR .,** *The Political Economy of Broadcasting in the 1920's* in *Journal of Law and Economics* , v 12 , pp 71-80 , 1969 .
- MIQUEL , P .,** *Histoire de la Radio et de la Télévision , culture et politique* , Edition Richelieu , Diffusion Bordas , 1972 .
- MOULIN , H .,** *Théorie des Jeux pour l'Economie et la Politique* , Edition Hermann, 1981 .
- MORVAN , P .,** *Dictionnaire de l'Informatique* , Editions Larousse , 1996 .
- MORVAN , Y .,** *Fondements d'Economie Industrielle* , 2 ème Edition , Collection Economica Gestion , 1991 .
- MOUSSEAU , J ., BROCHAND , C .,** *L'aventure de la télévision* , Edition Nathan Image , 1987 .
- MOUSSEAU , J .,** *La programmation d'une chaîne de télé* , Communication et Langage , N° 80 , 2 ème Trimestre 1989 .
- MUCCHIELLI , JL .,** *Economie internationale* , Paris , Dalloz , 1990 .

- MUSGRAVE , R .,** *The theory of Public Finance* , Student Editions , New York , Mac Graw Hill , 1959 .
- MUSSO , P ., PINEAU , G .,** *L'Italie et sa Télévision* , Collection INA/Champ Vallon, Paris 1990 .
- MUSSO , P .,** *Régions d'Europe et Télévision* , Actes des Rencontres de Lille organisé par le Conseil de l'Europe et le Conseil Régional du Nord-Pas de Calais, Miroirs Editions , 1991 .
- NEME , C .,** *Economie Internationale* , page 307-329 , Collection LITEC Economie , 1996 .
- NOAM , E .,** *A Public and private choice model of broadcasting in Public Choice* , vol 55 , pp 163-187 , 1987 .
- NOAM , E .,** *Télévision in Europe* , Oxford University Press , 1991 .
- OCDE .,** *Politique de la Concurrence et mutation du secteur de la diffusion audiovisuelle* , 1993 .
- OJALVO , A .,** *La Grande-Bretagne et sa Télévision* , Série Les Télévisions du Monde , INA/Champ Vallon , Paris , 1988 .
- OLSZAK , E .,** *Dérèglementation des systèmes audiovisuels en Europe et offre de programmes de fiction : une approche comparative* , in "Approches comparatives en économie de la Culture" , Colloque d'Ivry sur Seine , pp 227-249 , 29-30 Mai 1995 .
- OWEN , D ., BEBEE , J ., MANNING , JW .,** *Télévision Economics* , Boston Lexington Press , DC Heat and Co , 1974 .
- PARACUELLOS , JC .,** *La télévision , clé d'une économie invisible* , La Documentation Française , Paris , 1993 .
- PEACOCK , A .,** *Report of the Committee on Financing the BBC* , HMSO, Londres , 219 p , 1986 .
- PERICARD , M .,** *La politique audiovisuelle extérieure de la France* , Rapport au Premier Ministre , La Documentation Française , Décembre 1987 .
- PICARD , RG .,** *Media Economics* , London , The Sage Comm , Text Séries , 1989 .
- POMMEREHNE , W ., FREY , B .,** *La Culture a-t-elle un prix ?* , Edition PLON , 1993 .
- PORTER , M .,** *Choix stratégiques et concurrence* , Free Press , 1980 , Pour la traduction française , Collection Economica Gestion , 1990 .
- PORTER , M .,** *L'avantage concurrentiel* , InterEditions , Paris , 1986 .
- PORTER , M .,** *L'avantage concurrentiel des Nations* , InterEditions , pour la traduction française , 1993 .
- POSNER , M .,** *International Trade and Technical Change* , in Oxford Economic Papers , p 323-341 , Octobre 1961 .
- "PRODUCER CHOICE FOR THE BBC" .,** Rapport Interne , Londres , Mai 1991 .

- REGOURD , S .**, *La télévision des européens* , La Documentation Française , Institut International d'Administration Publique , Paris , 1992 .
- RIDOUX , G .**, *Une nouvelle chaîne de télévision* , Canal Plus , Revue de l'UER , N°5, p 46 ,1984 .
- ROBBINS , J .**, *La nouvelle Charte Royale et la nouvelle licence d'exploitation de la BBC* , Revue de l'UER , Juillet 1964 .
- ROLLET , P .**, *Spécialisation internationale et intégration européenne* , Edition Economica , 1987 .
- ROLLET , P .**, **HUART , F .**, *Du Grand Marché à l'Union Economique et Monétaire* , Edition CUJAS , 1995 .
- ROSE , B .**, *Genres : A handbook and Références Guide* , Westport (CT) , Greenwood Press , 1985 .
- ROSEN , S .**, *The Economics of Superstars* , in *Américan Economic Review* , V 71 , pp 845-858 , 1981 .
- ROSIER , C .**, *Télévision Mode d'Emploi* , 1995 , Editions DIXIT 1995 .
- ROWAN , F .**, *Broadcast Fairness Doctrine Practice Prospects . A Reappraisal of the Fairness Doctrine and Equal Time Rule* , Longman , New York , London , 1984 .
- SALAUN , JM .**, *La fiction audiovisuelle entre marchandise et flot* , in "Economie et Culture" , pp 189- 197 , La Documentation Française , 1989 .
- SAMUELSON , PA .**, *Public Goods and Subscription TV : a Correction of the Record* , in *Journal of Law and Economics* , vol 7 , Octobre 1964 .
- SAMUELSON , PA .**, *Ohlin was Right* , *The Swedish Economic Journal* , page 365-384 , Décembre 1971 .
- SANTINI , G .**, **SANTIER , E .**, *L'audience et les Médias* , IREP , Les Editions d'Organisation , 1989 .
- SHUBIK , M .**, *Théorie des Jeux et Sciences Sociales* , Collection Economica , 1991 pour la Traduction Française .
- SKIDMORE , MJ .**, **CARTER-TRIPP , M .**, *La Démocratie Américaine* , page 319, Editions Odile JACOB , pour la traduction française , 1988 .
- SMITH , L .**, *Half Decade , An Inside History* , Londres , 1961 .
- SPADE , H .**, *Histoire d'amour de la télévision française* , Paris , Editions France Empire , 1968 .
- STEINER , PQ .**, *Program Paterns and Préférence and the Workhability of Compétition in Radio Broadcasting* , in *Quaterly Journal of Economics* , V 66 , Mai 1952 .
- SYLVESTRE , JM .**, **DE GASTINES , B .**, *Le Guide SVP de l'Europe* , SVP Editions , Page 758 , 1992 .

- TOUSSAINT-DESMOULINS , N .,** *L'Economie des Médias* , Collection Que sais-je? , Edition PUF , 2 ème Edition , 1987 .
- TRUFFART , F .,** *Guide des télévisions en Europe* , Collection MédiasPouvoirs , Numéro hors série , 1991 .
- TYPE , M .,** *L'Europe audiovisuelle de l'après directive* , in Les Dossiers de l'Audiovisuel de l'INA , Numéro 35 , Page 13-16 , Janvier-Février 1991 .
- ULRICH , D .,** *Governing Transactions : A Framework for Corporate Strategy* , Human Ressources Management , Printemps , Eté , Vol 22 , N°1 , 1983 .
- UNESCO .,** *La circulation internationale des programmes télévisés de fiction : importations et exportations* , Etudes et Documents d'Information , 1990 .
- VAHIMAGI , T .,** *British Télévision , an illustrated guide* , British Film Institute , 1994 .
- VARIS , T .,** **NORDENSTRENG , K .,** *Télévision Traffic , a One-Way Street* , Paris / Boudin / UNESCO , 1974 .
- VEBLEN , T .,** *Theory of the Leisure Class* , The Mac Millan CO , New York , 1899.
- VERNON , R .,** *International Investment and International Trade in the Product Cycle* , in Quaterly Journal Of Economics , Mai 1966 .
- VOGEL , H .,** *Entertainment Industry Economics* , New York , Cambridge University Press , 1986 .
- VON NEUMANN , J .,** **MORGENSTERN , O .,** *Theory of Games and Economic Behavior* , Princeton University Press , 1944 .
- WANGERMEE , R .,** *Reflexions sur la gestion du Service Public de Radiodiffusion* , Rapport , Bruxelles , 1990 .
- WEISBROD , M .,** *Collective Consumption Service of Individual Consumption Goods* , in Quaterly Journal of Economics , p 471-477 , Août 1964 .
- WHITERSPOON , J .,** **KOVITZ , R .,** *The History of Public Broadcasting* , Washington DC , Current , 1987 .
- WILDMAN , J .,** **SIWEK , L .,** *International Trade in Films and Télévision Programs* , Américan Enterprise Institute , 1988 .
- WILLIAMS , R .,** *Télévision , Technology and Cultural Form* , Edition Fontana , 1974 .
- WIRTH , M .,** *Cable's Economic Impact on Over the Air Broadcasting* , in Journal of Média Economics , pp 39-53 , Fall , 1990 .

TABLE DES MATIERES

<u>INTRODUCTION GENERALE :</u>	2
<u>1 ERE PARTIE : LA CONCURRENCE ENTRE LES ETATS : UNE ANALYSE DES SYSTEMES AUDIOVISUELS :</u>	15
<u>CHAPITRE 1 : LE NOUVEAU SCHEMA PORTERIEN , SON APPLICATION A L'ANALYSE DES SYSTEMES AUDIOVISUELS :</u>	18
<u>SECTION 1:</u> La présentation du schéma initial :.....	18
§ 1.1 : Les facteurs :	19
§ 1.2 : La demande :	21
§ 1.3 : L'influence des industries situées en amont et apparentées :.....	22
§ 1.4 : La stratégie , la structure et la rivalité des entreprises :	24
§ 1.5 : Les interdépendances entre chaque déterminant :	25
<u>SECTION 2 :</u> Le concept de système audiovisuel :	29
§ 2.1 : Les éléments de base d'un système :	29
§ 2.2 : Les interactions entre les deux concepts :	30
<u>SECTION 3 :</u> Le nouveau schéma porterien d'analyse de l'avantage concurrentiel : du losange à la pyramide :	33
§ 3.1 : Le rôle de l'Etat dans le secteur :	33
3.1.1 : La réglementation des fréquences :.....	34
3.1.2 : Le désir d'assurer une demande d'options :	35
3.1.3 : Le contrôle du contenu des images à travers la fourniture d'un service "tutélaire" :.....	36
§ 3.2 : Les caractéristiques intrinsèques d'une fiction audiovisuelle : l'élément déterminant de sa stratégie :	38
§ 3.3 : La spécificité des facteurs de production dans le secteur :.....	40
§ 3.4 : La structure pyramidale du schéma porterien et ses composantes :...	42
3.4.1 : Les composantes de l'intervention étatique :.....	43
3.4.2 : Les stratégies des chaînes :.....	43
3.4.3 : Les facteurs :.....	43
3.4.4 : L'influence des industries situées en amont et apparentées :.....	44
3.4.5 : Le rôle de la demande :.....	45

CHAPITRE 2 : LES FONDEMENTS DE L'AVANTAGE CONCURRENTIEL DES ETATS-UNIS DANS LA PRODUCTION DE FICTIONS :	47
SECTION 1 : Le role de l'Etat au sein du système américain :	48
§ 1.1 : L'indépendance des chaînes par rapport au Pouvoir Politique :	48
§ 1.2 : L'existence d'une instance de régulation aux pouvoirs étendus :	49
§ 1.3 : La volonté de faire respecter la libre-concurrence :	50
§ 1.4 : L'aspect embryonnaire du secteur public :	52
SECTION 2 : La stratégie des chaînes au sein du système américain :	53
§ 2.1 : (1946-1969) : Le règne de la stratégie unique :	54
§ 2.2 : (1969-1976) : L'apparition d'une stratégie de différenciation :	57
§ 2.3 : (1976-1985) : L'élargissement de l'éventail des stratégies des chaînes de télévision :	59
SECTION 3 : L'influence des autres déterminants sur l'offre de fictions :	61
§ 3.1 : Le rôle des facteurs de base :	61
§ 3.2 : L'influence des secteurs situés en amont et apparentés sur les performances du système :	67
3.2.1 : L'influence des secteurs situés en amont :	68
3.2.2 : L'influence du secteur apparenté à la télévision :	69
§ 3.3 : Le rôle de la demande au sein du système :	71
3.3.1 : La taille du marché intérieur américain :	71
3.3.2 : Les modalités de la prise en compte de la demande des téléspectateurs par les "networks":	74
CHAPITRE 3 : ANALYSE COMPARATIVE DES SYSTEMES AUDIOVISUELS EN EUROPE :	78
SECTION 1 : Le système audiovisuel "anglais" :	78
§ 1.1 : Le rôle de l'Etat au sein du système "anglais" :	79
1.1.1 : La mise en place d'instances de régulation indépendantes du Pouvoir Politique :	80
1.1.2 : La désignation d'une personnalité qualifiée préalablement à chaque réforme du système audiovisuel :	81
1.1.3 : La mise en place d'un cahier des charges peu contraignant :	81
§ 1.2 : La stratégie des chaînes au sein du système "anglais":	82

§ 1.3 : Les autres éléments qui influent sur l'offre de fictions au sein du système "anglais" :.....	85
1.3.1 : Le rôle des facteurs de base :.....	85
1.3.2 : L'influence des industries situées en amont et apparentées :.....	86
1.3.3 : Le rôle de la demande :.....	88
1.3.3.1 : Les modalités de prise en compte de la demande des téléspectateurs au sein du système "anglais":.....	89
<u>SECTION 2</u> : Le système audiovisuel "français" :	91
§ 2.1: Le rôle de l'Etat au sein du système "français" :.....	91
2.1.1 : L'existence d'un monopole d'Etat :	92
2.1.2 : L'absence d'un organisme de régulation :.....	92
2.1.3 : Le contrôle du contenu de certains programmes :	92
§ 2.2 : Les stratégies des chaînes au sein du système "français" :.....	93
§ 2.3 : Les autres éléments de nature à influencer sur l'offre de fictions au sein du système "français" :.....	95
2.3.1 : Le rôle des facteurs au sein du système "français":.....	95
2.3.2 : L'influence des secteurs situés en amont et apparentés :	96
2.3.3 : Le rôle de la demande au sein du système "français":.....	99
2.3.3.1 : Les dimensions du marché intérieur et les conditions préalables au démarrage du secteur :	99
2.3.3.2 : La prise en compte des préférences des téléspectateurs au sein du système "français" :.....	100
<u>SECTION 3</u> : Les caractéristiques du système "français" dans les petits pays :.....	102
§ 3.1 : Le rôle de l'Etat au sein des petits pays :	102
§ 3.2 : La stratégie des chaînes au sein des petits pays :.....	102
§ 3.3 : L'influence des autres déterminants sur les petits pays :.....	103
<u>CONCLUSION DE LA 1 ERE PARTIE</u> :	105
<u>2 EME PARTIE : LA CONCURRENCE ENTRE LES CHAINES : LA GENERALISATION EUROPEENNE DU MODELE "ANGLAIS":.....</u>	106
<u>CHAPITRE 4 : MOTIFS ET MODALITES DE LA DEREGLEMENTATION DES SYSTEMES AUDIOVISUELS :.....</u>	109

SECTION 1 : Les motifs conduisant à la déréglementation des systèmes audiovisuels :	110
§ 1.1 : L'absence de monopole naturel au niveau du "software":	111
§ 1.2 : La non pertinence des motifs qui justifient habituellement la déréglementation :	113
1.2.1 : La concurrence destructrice :	113
1.2.2 : Les subventions croisées :	113
1.2.3 : Les rentes et profits excessifs :	114
1.2.4 : La compensation des effets externes :	114
1.2.5 : L'absence d'informations :	114
§ 1.3 : La volonté de rendre le secteur "contestable" :	115
§ 1.4 : La volonté de lutter contre la maladie des coûts de BAUMOL :	117
§ 1.5 : La volonté de l'Etat de garder un contrôle indirect sur les chaînes :	120

SECTION 2 : Les expériences concrètes de déréglementation au sein de chaque "système" :	123
§ 2.1 : La déréglementation au sein du système "américain" :	123
2.1.1 : Le "Cable Communication Policy Act" :	123
2.1.2 : Le "12-12-12 Rule" :	124
2.1.3 : L'autorisation de construire des satellites privés de télécommunications :	125
§ 2.2 : La déréglementation du système "anglais" :	126
§ 2.3 : Les préludes à la déréglementation du système "français":	127
2.3.1 : Le recours progressif des chaînes publiques à un financement publicitaire :	127
2.3.2 : Le démantèlement partiel des Offices publics de Radiotélédiffusion :	129

SECTION 3 : Les modalités de la déréglementation du système "français" :	131
§ 3.1 : La déréglementation du système audiovisuel résultant de la transformation du système technique :	132
3.1.1 : La déréglementation du système audiovisuel dans les petits pays : la Belgique, les Pays-Bas, le Danemark, l'Irlande et la Suède :	132
3.1.2 : La déréglementation du système audiovisuel en Allemagne de l'Ouest :	133
§ 3.2 : La déréglementation du système audiovisuel résultant de la transformation du système économique :	134
3.2.1 : La déréglementation du système audiovisuel en Italie :	135

3.2.2 : La déréglementation du système audiovisuel en France , en Espagne , au Portugal et en Grèce :	136
---	-----

CHAPITRE 5 : LES STRATEGIES DES CHAINES DE TELE FACE A UN ENVIRONNEMENT CONCURRENTIEL :..... **138**

SECTION 1 : Les traits dominants des stratégies "portériennes" dans l'Audiovisuel et les formes de flexibilité :..... **139**

§ 1.1 : Les traits dominants des stratégies "portériennes" : une typologie des chaînes européennes :	139
§ 1.2 : Les différentes formes de flexibilité dans le secteur audiovisuel :.....	144
1.2.1 : L'organisation de la production :	145
1.2.2 : L'organisation de la programmation :.....	145
1.2.3 : La polyvalence des travailleurs :.....	146
1.2.4 : La mobilité des travailleurs :	146
1.2.5 : La flexibilité institutionnelle :.....	146
1.2.6 : La flexibilité géographique nationale :	147
1.2.7 : La flexibilité internationale :	147

SECTION 2 : La recherche de la flexibilité par les chaînes de télé :

148

§ 2.1 : La flexibilité dans la stratégie de domination par les coûts :.....	148
2.1.1 : L'organisation de la production dans la stratégie de domination par les coûts :.....	148
2.1.2 : La polyvalence des travailleurs dans la stratégie de domination par les coûts :	151
2.1.3 : La mobilité des travailleurs dans la stratégie de domination par les coûts :	151
2.1.4 : La flexibilité internationale dans la stratégie de domination par les coûts :	153
§ 2.2 : La flexibilité dans la stratégie de différenciation :.....	153
2.2.1 : Une organisation de la production plutôt rigide :.....	154
2.2.2 : Une spécialisation des travailleurs et une faible mobilité de la main d'oeuvre :.....	155
2.2.3 : La recherche d'une certaine flexibilité institutionnelle :.....	156
2.2.4 : L'existence d'une forte flexibilité géographique nationale :.....	158
§ 2.3 : La flexibilité dans la stratégie de concentration sur un segment :.....	159
2.3.1 : Une organisation de la production très souple :.....	159

2.3.2 : Une grande polyvalence de la main d'oeuvre marquée par une forte mobilité :	160
2.3.3 : L'existence d'une certaine forme de flexibilité institutionnelle :	160
<u>SECTION 3</u> : La programmation dans la stratégie des chaînes :	161
§ 3.1 : Les pratiques de programmation dans la stratégie de domination par les coûts :	163
§ 3.2 : La programmation dans la stratégie de différenciation :	165
§ 3.3 : La programmation dans la stratégie de concentration sur un segment :	166
<u>CHAPITRE 6</u> : L'OFFRE DE FICTIONS EN EUROPE : ANALYSE EMPIRIQUE ET FONDEMENTS THEORIQUES :	167
<u>SECTION 1</u> : Le solde de la balance commerciale :	167
<u>SECTION 2</u> : L'adaptation à la demande nationale :	170
§ 2.1 : L'adaptation à la demande nationale en 1984 :	171
2.1.1 : Une faiblesse structurelle de l'offre de fictions nationales en Europe :	172
2.1.2 : La place importante tenue par les fictions communautaires :	174
2.1.3 : La diffusion des fictions en provenance des pays tiers :	175
2.1.4 : Le poids important des fictions américaines dans la programmation des chaînes publiques :	176
§ 2.2 : L'adaptation à la demande nationale en 1988 :	178
<u>SECTION 3</u> : La capacité à répondre à la demande mondiale :	183
<u>SECTION 4</u> : Les fondements théoriques de l'offre de fictions en Europe :	187
§ 4.1 : L'adoption d'un système "anglais" imparfait :	187
§ 4.2 : Les applications du modèle d'HOTELLING au secteur audiovisuel : les contributions de STEINER et de NOAM :	189
4.2.1 : La théorie du choix des programmes de STEINER :	190
4.2.2 : Le modèle de NOAM :	196
§ 4.3 : L'effet d'imitation de DUESENBERY appliqué à l'audiovisuel : ...	198
<u>CONCLUSION DE LA DEUXIEME PARTIE</u> :	201

<u>3 EME PARTIE : L'EVOLUTION DES STRATEGIES DES CHAINES ET LE REDEPLOIEMENT DE L'INTERVENTION PUBLIQUE : QUELQUES PERSPECTIVES :</u>	202
--	------------

<u>CHAPITRE 7 : L'EMERGENCE D'UN NOUVEAU COMPORTEMENT STRATEGIQUE DES CHAINES EN EUROPE :</u>	205
--	------------

<u>SECTION 1 : La compatibilité des stratégies "coopératives" avec les stratégies "portériennes" :</u>	206
---	------------

§ 1.1 : Compatibilité entre une stratégie de domination par les coûts et un comportement "coopératif" :	207
--	-----

§ 1.2 : La compatibilité entre une stratégie de coopération et une stratégie de différenciation :	210
--	-----

§ 1.3 : La compatibilité entre une stratégie de coopération et une stratégie de concentration sur un segment en dominant par les coûts :	211
---	-----

§ 1.4 : La compatibilité entre une stratégie de coopération et une stratégie de concentration sur un segment par la différenciation :	212
--	-----

<u>SECTION 2 : Les coopérations dans le secteur audiovisuel : motifs et formes : ...</u>	213
---	------------

§ 2.1 : Les motifs de la coopération entre les chaînes :	213
--	-----

2.1.1 : Le gain de temps et de moyens :	214
---	-----

2.1.2 : La recherche de nouveaux débouchés commerciaux :	214
--	-----

2.1.3 : L'exploitation de certaines synergies :	215
---	-----

§ 2.2 : Les différentes formes de coopération entre les chaînes :	215
---	-----

2.2.1 : La coopération de "bonne conduite" :	215
--	-----

2.2.2 : La coopération commerciale :	216
--------------------------------------	-----

2.2.3 : La coopération financière :	216
-------------------------------------	-----

2.2.4 : La co-production de fictions :	216
--	-----

2.2.5 : Le recours à la sous-traitance :	216
--	-----

<u>SECTION 3 : "Coopération versus Affrontement ", une approche par la théorie des Jeux :</u>	216
--	------------

§ 3.1 : Les jeux séquentiels :	217
--------------------------------	-----

3.1.1 : Un opérateur cherche en créant une chaîne à concurrencer les autres chaînes déjà présentes sur le marché :	218
---	-----

3.1.2 : Une chaîne souhaite capter une partie de l'audience potentielle de l'une de ses concurrentes :	219
---	-----

§ 3.2 : Les jeux à coups simultanés non répétitifs :	222
--	-----

3.2.1 : Une chaîne choisit de concurrencer sa rivale au cours d'une période particulière : le "Prime Time" :.....	223
3.2.2 : Une chaîne cherche à s'approprier l'exclusivité des droits de diffusion d'une émission :	225
§ 3.3 : Les jeux répétitifs à coups simultanés :	227

CHAPITRE 8 : DES POLITIQUES NATIONALES AUX POLITIQUES COMMUNAUTAIRES : L'EMERGENCE D'UNE POLITIQUE EXTERIEURE COMMUNE :..... 230

<u>SECTION 1</u> : Le redéploiement de l'intervention publique au sein du secteur audiovisuel : Genèse et modalités d'application :	231
§ 1.1 : Le rôle des instances supranationales au sein du secteur audiovisuel	231
1.1.1 : Le rôle de l'UER (l'Union Européenne de Radiodiffusion) :.....	232
1.1.2 : Le rôle du Conseil de l'Europe :.....	233
1.1.2.1 : Les instances du Conseil de l'Europe actives dans le domaine des médias :.....	233
1.1.2.2 : L'adoption de recommandations ayant trait au secteur audiovisuel :.....	234
§ 1.2 : La mise en place par la CEE d'un embryon de politique audiovisuelle commune :	235
1.2.1 : L'adoption de la Directive "Télévisions sans Frontières" :.....	235
1.2.2 : Le développement des programmes communautaires :.....	236
1.2.2.1 : Le programme EUREKA de l'Audiovisuel :.....	237
1.2.2.2 : Le programme MEDIA :	238
1.2.3 : La mise en place des quotas de diffusion :.....	239

<u>SECTION 2</u> : Les effets attendus de la mise en place d'une politique extérieure commune sur l'offre de fictions :.....	241
§ 2.1 : Les effets de la mise en place d'un quota de diffusion :	242
§ 2.2 : Les actions communautaires qui visent à diminuer le coût de production d'une fiction :	244
§ 2.3 : L'impact sur l'offre de fictions résultant de la mise en place d'une politique extérieure commune :	246
2.3.1 : La mise en place d'un tarif douanier nominal :.....	248
2.3.1.1 : Les cinq effets d'un tarif douanier :	250
2.3.2 : La mise en place d'un quota à l'importation :.....	250
2.3.3 : La mise en place d'une subvention à la production :.....	252

2.3.4 : La différence tarif/quota dans l'hypothèse d'une dynamique de la demande :	253
§ 2.4 : La prise en compte de la "préférence nationale pour les fictions" dans le modèle basique :	254

CHAPITRE 9 : POLITIQUE EXTERIEURE COMMUNE ET STRATEGIE DES CHAINES : L'IMPOSSIBLE MODELE EUROPEEN: 257

<u>SECTION 1 :</u> L'impact sur l'offre de fictions résultant de la combinaison entre une politique extérieure audiovisuelle commune et les stratégies des chaînes :	258
§ 1.1 : Protectionnisme et affrontement :	258
§ 1.2 : Protectionnisme et coopération :	259
§ 1.3 : Libre-échange et affrontement :	261
§ 1.4 : Libre-échange et coopération :	262

<u>SECTION 2 :</u> Les obstacles susceptibles de conduire la Communauté vers l'adoption d'une solution sous-optimale :	264
§ 2.1 : Les obstacles d'ordre institutionnel :	265
2.1.1 : Les difficultés de la mise en oeuvre d'une politique audiovisuelle commune :	265
2.1.2 : La compatibilité avec les accords internationaux :	268
2.1.3 : Les possibilités de contournement de certaines modalités de la politique audiovisuelle commune :	269
§ 2.2 : Les facteurs d'ordre technique :	270
2.2.1 : L'évolution des techniques de diffusion : l'adoption du mode de diffusion numérique :	270
2.2.2 : Le développement du Multimédia :	272
2.2.3 : Le développement du "Pay Per View" :	272
§ 2.3 : Les facteurs d'ordre culturel :	273

CONCLUSION DE LA TROISIEME PARTIE : 278

CONCLUSION GENERALE : 279

BIBLIOGRAPHIE : 286

TABLES DES MATIERES : 296

TABLEAUX

CHAPITRE 1 :

Tableau 1 : Nature d'une fiction en fonction du type de chaîne qui le diffuse :.....	39
--	----

CHAPITRE 2 :

Tableau 2 : Programmation des trois "networks" en 65 pendant le Prime Time :.	54
Tableau 3 : Structure des programmes des chaînes commerciales et publiques aux Etats-Unis en 1971 :.....	58
Tableau 4 : L'érosion de l'audience des "networks" :	60
Tableau 5 : Taux d'urbanisation aux Etats-Unis :	63
Tableau 6 : Nombre de westerns diffusés en "Prime Time" par les "networks" par saisons :.....	65
Tableau 7 : Quelques indicateurs de base sur le cinéma et la télé américaine :....	70
Tableau 8 : Pénétration de la télévision aux Etats-Unis (1950-1961) :.....	72
Tableau 9 : Taille du marché intérieur en 1985 et montant des recettes publicitaires du secteur audiovisuel (En\$) dans les principaux pays occidentaux:	73
Tableau 10 : Durée moyenne d'écoute individuelle en minutes par jour aux Etats-Unis :.....	76

CHAPITRE 3 :

Tableau 11 : Comportement dominant des chaînes en fonction de la nature de leurs ressources :	83
Tableau 12 : Taux d'urbanisation au Royaume-Uni :	85
Tableau 13 : Quelques indicateurs relatifs à la situation de l'industrie cinématographique au Royaume-Uni (55-86) :.....	87
Tableau 14 : Pénétration de la télévision au Royaume-Uni :.....	88
Tableau 15 : Taux d'urbanisation pour les grands pays européens :.....	95
Tableau 16 : Fréquentation totale des salles de cinéma dans les grands pays d'Europe :.....	97
Tableau 17 : Pourcentage de la recette réalisée par les films nationaux :.....	97
Tableau 18 : Nombre de films produits :	97
Tableau 19 : Pénétration de la télévision dans les principaux pays occidentaux (1950-1961) :.....	98
Tableau 20 : Temps passé devant la télévision en Europe :.....	101

CHAPITRE 4 :

Tableau 21 : Structure du coût de production d'un "sitcom" français d'une demi-heure en 1989 (En %) :.....	120
Tableau 22 : Part des revenus publicitaires dans les recettes des chaînes publiques en Europe en 1985 (En %) :.....	128

CHAPITRE 5 :

Tableau 23 : Les stratégies portériennes appliquées aux chaînes de télévision :...	141
Tableau 24 : Typologie des chaînes adoptant des stratégies "portériennes" :.....	144
Tableau 25 : Typologie des programmes diffusés par les chaînes de télé :.....	163

CHAPITRE 6 :

Tableau 26 : Solde de la balance commerciale pour les principaux pays développés en 1984 et 1988 :.....	168
Tableau 27 : Origine des fictions diffusées par les chaînes européennes en 85 :...	171
Tableau 28 : L'offre de fictions sur les chaînes américaines en 1984 , en % par genre et par pays d'origine pour une semaine moyenne de l'échantillon :.....	178
Tableau 29 : Nombres d'heures de production et origine des fictions en Europe en 1987 :.....	179
Tableau 30 : Le pourcentage des fictions d'origine européenne dans les petits pays :	180
Tableau 31 : Le pourcentage des fictions d'origine européenne en Allemagne de l'Ouest :.....	180
Tableau 32 : Le pourcentage de fictions d'origine européenne pour les pays ayant transformé leur système économique :.....	181
Tableau 33 : Le pourcentage des fictions d'origine européenne dans le système "anglais" :	181
Tableau 34 : La part des exportations de fictions des principaux pays développés en 1984 et 1988 (En Milliards d'Ecus) :.....	183
Tableau 35 : Prix globaux d'une fiction américaine d'une demi-heure en 1984 / par pays :.....	185
Tableau 36 : Choix des téléspectateurs avec 3 chaînes :.....	192
Tableau 37 : Choix des téléspectateurs avec un nombre variable de chaînes :.....	195
Tableau 38 : "Effet d'imitation de DUESENBERY" au Royaume-Uni et en France (1954-1990) :.....	199

CHAPITRE 7 :

Tableau 39 : Compatibilité entre une stratégie de "coopération" et une stratégie de domination par les coûts :	209
Tableau 40 : Compatibilité entre une stratégie de "coopération" et une stratégie de différenciation :.....	211
Tableau 41 : Compatibilité entre une stratégie de "coopération" et une stratégie de concentration sur un segment en dominant par les coûts :.....	212
Tableau 42 : Compatibilité entre une stratégie de "coopération" et une stratégie de concentration sur un segment par la différenciation :.....	213

CHAPITRE 8 :

Tableau 43 : Les scénarios susceptibles de se produire lors de la mise en place des quotas de diffusion :	243
---	-----

CHAPITRE 9 :

Tableau 44 : Audiences et heures de diffusion d' "Eurocops" sur trois chaînes européennes (1988-1989) :.....	275
Tableau 45 : % des co-productions pour les principaux pays européens en 91 :..	276

FIGURES**CHAPITRE 1 :**

Figure 1 : Le schéma portérien initial :.....	28
Figure 2 : Le nouveau schéma portérien :.....	42

CHAPITRE 6 :

Figure 3 : Distribution de l'audience en fonction du contenu culturel des programmes :	196
--	-----

CHAPITRE 8 :

Figure 4 : Les effets d'un tarif douanier :.....	248
Figure 5 : Les effets d'un quota à l'importation :	251
Figure 6 : Les effets d'une subvention à la production :.....	252
Figure 7 : Dynamique de la demande et différence entre un tarif et un quota :....	253
Figure 8 : La prise en compte de la "préférence nationale" pour les fictions dans le modèle basique :.....	255

CHAPITRE 9 :

Figure 9 : Protectionnisme et stratégie d'affrontement :.....	259
Figure 10 : Protectionnisme et stratégie de coopération :	260
Figure 11 : Libre-échange et stratégie d'affrontement :.....	261
Figure 12 : Libre-échange et coopération :.....	262

ANNEXE 1 :
CLASSEMENT DES FICTIONS SELON LEUR TYPE

On distingue traditionnellement trois grands types de fictions : le téléfilm ; le feuilleton et la série ; le "sitcom" et le "soap-opéra" .

Le "lexique de l'audiovisuel" nous donne respectivement les définitions suivantes :

TELEFILM :

Oeuvre de fiction tournée pour la télévision , d'une durée de 45 à 52 ou 90 minutes . Le téléfilm est une oeuvre isolée , pouvant seulement être présentée en deux ou trois parties .

FEUILLETON :

Emission dramatique populaire qui met en scène des personnages fixes , dont l'histoire se déroule en plusieurs épisodes .

SERIE :

Succession d'émissions dramatiques , ayant un sujet commun ou animée par le même personnage tout au long de la diffusion , chaque émission constitue une histoire indépendante .

SITCOM :

Appellation anglaise de "Comédie de situation" , il s'agit d'une série mettant en scène , sur un unique lieu , des sketches dans lesquels les comédiens sont aux prises avec des événements quotidiens, sur un principe d'identification du téléspectateur ; par exemple : des collègues de bureau , un groupe d'étudiants , une famille , etc .

SOAP OPERA :

Américanisme utilisé par les professionnels pour qualifier un certain type de série , de gamme moyenne ou médiocre , exclusivement réalisée en studio , souvent en décor unique . A l'origine, ces séries étaient commandées par les grands distributeurs de lessive américains , ("soap" = savon) pour être diffusées à l'intention des ménagères qui regardaient la télévision dans la journée .

Un "soap opéra" renferme à peu près les mêmes caractéristiques qu'un "sitcom" mais en se distinguant du précédent par son contenu axé entièrement sur la dramatique , par exemple "Santa Barbara".

ANNEXE 2 : CLASSEMENT DES FICTIONS SELON LEUR GENRE

LA "DRAMATIQUE" :

Elle constitue le genre dominant d'une fiction , elle revêt souvent la forme d'un téléfilm ou d'un "soap-opéra" plus rarement celle d'une série, on peut considérer qu'elle renferme par ailleurs toutes les caractéristiques économiques qui sont ordinairement liées au type de programme diffusé (emploi de "Superstars" ou d'inconnus , etc) .

LA "SCIENCE-FICTION" :

Elle constitue un genre très particulier dans la mesure où sa réalisation nécessite l'emploi de nombreux effets spéciaux , ce qui suppose l'utilisation d'une main d'oeuvre hautement qualifiée (techniciens et ingénieurs) . Elle prend habituellement la forme d'une "série" et nécessite un emploi fréquent des studios .

L' "AVENTURE" :

C'est un genre qui apparaît très hétérogène , car il regroupe à la fois des programmes destinés essentiellement aux jeunes téléspectateurs (FLIPPER LE DAUPHIN , etc) et d'autres relatant des histoires d'espionnage (MISSION IMPOSSIBLE , CHAPEAU MELON ET BOTTE DE CUIR) . Ce genre de programme prend souvent la forme d'une série ou d'un feuilleton , plus rarement celle d'un téléfilm et presque jamais celle d'un "sitcom" , elle nécessite très souvent le recours au tournage en extérieur .

LE "POLICIER" :

C'est le genre le plus répandu , il peut faire l'objet d'une diffusion sous la forme d'un téléfilm , c'est le cas aux Etats-Unis depuis une dizaine d'année , mais il reste le plus souvent présenté sous la forme d'une série (52 minutes pour les américains , 90 minutes pour les français) . Il fait appel également au tournage en extérieur mais dans des proportions moindres que pour le genre "aventure".

LE "WESTERN" :

C'est un genre qui tend aujourd'hui à disparaître mais qui a connu son heure de gloire entre 1950 et 1970 , il était diffusé sous la forme d'une série , il présentait par ailleurs

un certain nombre de similitudes avec le genre "aventure" dans la mesure où il nécessitait également un recours massif au tournage en "extérieur".

LA SAGA :

Il s'agit d'un genre relativement nouveau qui s'est réellement développé à la fin des années 70 aux Etats-Unis , il raconte sur plusieurs épisodes (jusqu'à 300 dans certains cas) la vie tumultueuse d'une famille célèbre . La particularité de ce genre de programme est d'être réalisée sous la forme d'un feuilleton (DALLAS , DYNASTY) voire parfois sous celle d'un "soap-opéra" (PEYTON PLACE) .

On doit ajouter qu'une "saga" s'apparente en de nombreux points à un téléfilm plutôt qu'à un feuilleton (emploi de "Superstars" , tournage en extérieur , difficulté de parvenir à réaliser des "économies d'échelle" , etc) .

LA COMEDIE :

C'est le genre qui reste le plus répandu (avec le "policier") mais également le plus ancien , on peut considérer qu'il fut le premier à être produit pour la télévision dès la fin des années 40 aux Etats-Unis (ALDRICH FAMILY en 1949 sur NBC) . Il illustre aussi parfaitement le genre "sitcom" en nécessitant la mobilisation de faibles moyens tant au niveau matériel qu'au niveau financier .

ANNEXE 3 :
INDICATEUR D'HERFINDAHL , RAPPORT DE
CONCENTRATION ET AUTRES DONNEES POUR LES
PRINCIPALES CHAINES EN EUROPE EN 1989 .

§ 1 : INDICATEUR D'HERFINDAHL :

FRANCE :

TF1 = 0,88 ; ANTENNE 2 = 0,90 ; FR 3 = 0,90 ; CANAL + = 0,83
 LA 5 = 0,86 ; M6 = 0,83 ; LA SEPT = 0,80 ; MCM-EUROMUSIQUE = 0

ROYAUME-UNI :

BBC 1 = 0,88 ; ITV = 0,88 ; CHANNEL FOUR = 0,88

ALLEMAGNE DE L'OUEST:

ARD = 0,88 ; ZDF = 0,88 ; 3 RESEAU = 0,86 ; EINS PLUS = 0,66
 RTL PLUS = 0,80 ; PREMIERE = 0,75

BELGIQUE :

RTBF = 0,88 ; RTL-TVI = 0,84 ; VTM = 0,86

ESPAGNE :

TVE 1 = 0,88 ; TELE CINCO = 0,86 ; TV3 = 0,84

ITALIE :

RAI 1 = 0,88 ; RAI 2 = 0,84 ; RAI 3 = 0,88 ; CANALE 5 = 0,80
 ITALIA UNO = 0,80 ; RETE QUATRO = 0,66

LUXEMBOURG:

RTL TV = 0,75

CHAINES PANEUROPENNES :

3 SAT = 0,80 ; TV5 EUROPE = 0,88

§ 2 : RAPPORT DE CONCENTRATION :

FRANCE :

TF1 = 58,8 % ; ANTENNE 2 = 50,7% ; FR3 = 48% ; CANAL + = 69%
 LA 5 = 62 % ; M6 = 75% ; ARTE = 66% ; MCM-EUROMUSIQUE = 100%

ROYAUME-UNI :

BBC 1 = 52% ; ITV = 53% ; CHANNEL FOUR = 38,7%

ALLEMAGNE DE L'OUEST:

ARD = 49,4% ; ZDF = 45,4% ; 3 RESEAU = 53,4% ; EINS PLUS = 33%
 RTL PLUS = 53,2% ; PREMIERE = 66%

BELGIQUE :

RTBF = 46% ; RTL-TVI = 54,1 % ; VTM = 36%

ESPAGNE :

TVE 1 = 34,9% ; TELE CINCO = 46% ; TV3 = 35%

ITALIE :

RAI 1 = 22,3% ; RAI 2 = 36,6% ; RAI 3 = 33,2% ; CANALE 5 = 50,1%

ITALIA UNO = 45,3% ; RETE QUATRO = 50%

LUXEMBOURG:

RTL TV = 52,2%

CHAINES PANEUROPENNES :

3 SAT = 64% ; TV5 EUROPE = 50%

§ 3 : ORIGINE DES RESSOURCES FINANCIERES DES PRINCIPALES CHAINES EN 1989 .

NATURE DES RESSOURCES	Publicité uniquement	Publicité + Redevance	Redevance ou Subventions uniquement	Abonnement ou Pay per View
CHAINES	TF1 ; ITV ; CHANNEL 4 ; CANALE 5 ; ITALIA UNO ; RETE QUATRO ; TELE CINCO ; ANTENNA 3 ; RTL TV ; LA 5 ; M6 ; MCM ; TVE 1 et 2 ; VTM .	ANTENNE 2 ; FR3 ; ARD ; ZDF ; RAI 1 ; RAI 2 ; RAI 3 ; RTBF , TV3 , 3 RESEAU .	BBC 1 ; BBC 2 ; EINS PLUS ; 3 SAT .	CANAL + ; PREMIERE .

ANNEXE 4 :
PANORAMA DES QUINZE PLUS FORTES AUDIENCES
POUR LES CINQ PLUS GRAND PAYS EUROPEENS EN 1992 .

Source : "La production de fiction en Europe" , La Documentation Française , 1993 .

GRANDE-BRETAGNE

TITRE	Diffuseur	Taux d'Audience	Genre
Eastenders (feuilleton)	BBC 1	45 , 6 %	Fiction
Coronation Street (feuilleton)	ITV	40 , 4 %	Fiction
Only Fools/ Horses (sitcom)	BBC1	38 , 0 %	Fiction
Neighbours (feuilleton)	BBC1	36 , 4 %	Fiction
Trouble with Mr Bean (film-tv)	ITV	35 , 1 %	Fiction
Darling Buds of May (série)	ITV	35 , 0 %	Fiction
More Autnies Bloomers (feuilleton)	BBC1	34 , 8 %	Fiction
Taggart (série)	ITV	34 , 3 %	Fiction
Three Men and a Baby (Film)	ITV	34 , 2 %	Film
The Bill (série)	ITV	31 , 7 %	Fiction
Casualty (série)	BBC1	31 , 4 %	Fiction
Indiana Jones and the last Crusade (Film)	BBC1	29 , 8 %	Film
Turner and Hoock (Film)	ITV	29 , 1 %	Film

ALLEMAGNE

TITRE	Diffuseur	Taux d'Audience	Genre
Diese Drombuchs (série)	ZDF	30 , 0 %	Fiction
Tatort (série)	ARD	24 , 7 %	Fiction
Unser Lehrer Doktor Specht (film TV) .	ZDF	23 , 3 %	Fiction
Derrick (série)	ZDF	23 , 3 %	Fiction
Ein Fall fur zwei (série)	ZDF	23 , 1 %	Fiction
Der Alte (série)	ZDF	21 , 8 %	Fiction
Lindenstrasse (feuilleton)	ARD	19 , 4 %	Fiction
Eurocops (Téléfilm de collection)	ZDF	18 , 1 %	Fiction
Overboard (Film)	ARD	17 , 3 %	Film
Live and let die (J.Bond) , (Film)	ARD	17 , 2 %	Film
Octopussy (J.Bond) , (Film)	ARD	16 , 6 %	Film

ESPAGNE

TITRE	Diffuseur	Taux d'Audience	Genre
Cateto a babor	TVE1	29 , 1 %	Film
Two Mules for Sister Sara	TVE1	28 , 0 %	Film
El higo del Cura	TVE1	27 , 1 %	Film
Dirty Dancing	TVE1	26 , 3 %	Film
Rubi (telenovela)	TVE1	24 , 8 %	Fiction
Twins	TVE1	24 , 1 %	Fiction
Sor Citroen	TVE1	23 , 4 %	Film
Come esta el servicio	TVE1	23 , 4 %	Film
El Donante	TVE1	22 , 9 %	Film
The Parent Trap II	TVE1	22 , 6 %	Film
Gorillas in the Mist	TVE1	21 , 5 %	Film
Taller mecánico (sitcom espagnol)	TVE1	21 , 1 %	Fiction

ITALIE

TITRE	Diffuseur	Taux d' Audience	Genre
Look who's talking	CANALE 5	19 , 4 %	Film
Pretty Woman	RAI 1	18 , 8 %	Film
Le Comiche	CANALE 5	18 , 4 %	Film
Week end at Bernie's	CANALE 5	18 , 2 %	Film
Rain Man	RAI 1	17 , 8 %	Film
Mediterraneo	CANALE 5	17 , 6 %	Film
La Storia spezzato (mini-série)	RAI 1	17 , 1 %	Fiction
War of the Roses	CANALE 5	17 , 1 %	Film
La Piovra (mini-série)	RAI 2	16 , 7 %	Fiction
Coming to América	CANALE 5	16 , 7 %	Film
Tesoro , mi sono restretti i ragazzi	RAI 1	16 , 5 %	Film
Lethal Weapon II	RAI 1	15 , 6 %	Film
Twins	CANALE 5	15 , 4 %	Film
Figlio a nete (téléfilm)	RAI 2	15 , 1 %	Fiction
Ma tu mi virai bene (téléfilm)	RAI 1	15 , 1 %	Fiction

FRANCE

Titre	Diffuseur	Taux d' Audience	Genre
L'Ours	TF1	32 , 9 %	Film
Le Grand Chemin	TF1	27 , 1 %	Film
Les Compères	TF1	26 , 8 %	Film
Crocodile Dundee	TF1	26 , 7 %	Film
Inspecteur La bavure	TF1	26 , 1 %	Film
L'Arme Fatale 2	TF1	25 , 1 %	Film
Honorin et la Lorelei (téléfilm)	TF1	24 , 8 %	Fiction
Le Flic de Beverly Hills	TF1	24 , 2 %	Film
Assassination	TF1	24 , 1 %	Film
Le Père Noel est une ordure	TF1	24 , 1 %	Film
Le Marginal	TF1	23 , 5 %	Film
Columbo (série)	TF1	21 , 0 %	Fiction
Les Coeurs brûlés (feuilleton)	TF1	19 , 5 %	Fiction
Commissaire Moulin (série)	TF1	19 , 5 %	Fiction

