

SERVICE DE PRESSE ET D'INFORMATION
DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES

Washing de

3 842/PI/65-F

REUNION CONSTITUTIVE DU SECRETARIAT SYNDICAL
INTERNATIONAL C.I.S.L. DU SPECTACLE

Exposé de M. J.R. RABIER
directeur du Service Commun de
Presse et d'Information

12 mars 1965.

Je suis heureux de vous saluer sur le lieu même de vos travaux, dans cette maison amie où siège la C.I.S.L., à peu de distance - pas trop près, pas trop loin - des Institutions européennes établies dans cette ville.

Au nom de ces Institutions et en ma qualité de directeur de l'information, je voudrais vous dire l'importance toute particulière que nous attachons à votre action et notamment à la constitution de votre secrétariat international du spectacle.

Cette importance nous apparaît sous un double aspect :

- d'une part, celui de l'effectif de vos adhérents dans les professions du spectacle, du poids de ces activités dans l'économie de nos pays, des difficultés que vous posent et que nous posent, dans le cadre du Marché Commun, de nombreux problèmes d'harmonisation ou d'ajustement à certaines transformations structurelles de la consommation de spectacle,

- d'autre part, celui de l'influence croissante qu'exercent les productions des "industries culturelles" dans nos sociétés modernes et du rôle qu'elles peuvent jouer, notamment dans nos pays d'Europe en voie d'intégration.

+

+

+

A propos des transformations structurelles de la consommation de spectacle et les incidences que ces transformations ont nécessairement sur vos activités, je voudrais citer, à titre d'exemple, les résultats d'une enquête effectuée l'an dernier pour le compte du Reader's Digest, dans nos six pays et en Grande-Bretagne, sur divers aspects de l'équipement et de la consommation des populations, y compris la consommation de spectacle.

- Près de 8 Anglais sur 10
contre 4 Européens des pays du Marché Commun
regardent la télévision au moins trois fois par
semaine.

Un peu plus aux Pays-Bas, en Italie, en Allemagne
et en Belgique. Un peu moins en France et au Luxem-
bourg.

- Seulement 2 Anglais sur 10
contre 3 Européens des pays du Marché Commun
vont au cinéma au moins une fois par mois,

- tandis que 3 Anglais et 2 Européens vont au théâtre,
au music-hall, au concert ou à l'opéra au moins six
fois par an.

Consommation double de télévision en Grande-Bretagne, par rapport au Marché Commun.

Consommation d'un tiers plus faible en Grande-Bretagne pour le cinéma, et moitié plus forte pour les autres spectacles.

Comme toutes les statistiques, celles-ci exigeraient nuances et commentaires.

Qu'il nous suffise de noter rapidement -- et je sais bien que pour vous ce n'est pas là une information nouvelle, mais une confirmation d'expérience :

- qu'un pays où la télévision se développe fortement et rapidement risque de devenir un moins bon consommateur de spectacles cinématographiques traditionnels,

- que la consommation des autres spectacles (théâtre, concert, variétés) semble obéir à d'autres lois que celles, d'ailleurs encore mal connues, qui régissent les relations entre la télévision et le cinéma.

Sans entrer dans la complexité de ces problèmes qui vous sont familiers, je voudrais ici exprimer un voeu, c'est qu'ils fassent l'objet d'études simultanées et comparables, assorties de pronostics et de suggestions, au moins dans les pays de la Communauté Européenne, au mieux dans tous les pays où ces problèmes se posent, de façon que votre propre stratégie professionnelle et syndicale s'en trouve renforcée, à l'égard des employeurs (entrepreneurs de spectacles) publics ou privés, des pouvoirs publics nationaux et des autorités européennes elles-mêmes.

Un syndicalisme moderne et dynamique doit savoir conjuguer la revendication défensive et l'initiative constructive. A long terme, les "conservateurs" sont toujours perdants.

+

+

+

Il y a, vous disais-je, une deuxième raison pour que nous nous intéressions à vos activités, et vous excuserez le directeur de l'information des Communautés Européennes d'y insister tout particulièrement.

L'intégration européenne est à la fois réalité et projet.

Elle est réalité, dans le cadre des traités européens et même au-delà de ce cadre, si j'en juge par l'immense prolifération d'activités de tous ordres qui se développent chaque jour au plan européen, non seulement entre gouvernements, mais entre entreprises privées, organisations professionnelles et syndicales, universités, partis politiques, mouvements éducatifs, etc...

Elle est projet, dans la mesure où le Marché Commun ne peut être considéré, n'a jamais été considéré par ses promoteurs, comme une fin en soi, mais bien comme le commencement d'une Communauté politique, d'une Fédération européenne.

De cette communauté, de cette fédération, quelles seront les formes institutionnelles et les délais de réalisation, personne n'en sait rien, et il faut que les citoyens et les hommes politiques en discutent librement.

Mais une chose nous paraît certaine, à nous hommes d'information, c'est que le passage du stade actuel d'intégration à un stade ultérieur ne se fera pas par transitions insensibles. Il exigera des décisions spécifiques, lesquelles ne pourront être prises et appliquées que si la conscience européenne a suffisamment progressé dans tous les milieux de nos pays : conscience européenne, c'est-à-dire sentiment de l'appartenance à une même communauté plurinationale et volonté d'assumer les chances et les risques d'un destin commun.

Tous les moyens d'information peuvent concourir à la formation de cette conscience européenne, à la constitution de ce fonds commun de valeurs et de symboles, et sans doute y concourent déjà plus ou moins : presse, radio, télévision, actualités cinématographiques.

Tous les moyens d'éducation dont disposent nos pays devraient également y concourir, et là d'immenses progrès sont encore à faire.

Mais aussi tous les moyens d'expression, dans leur domaine propre, qui est d'exprimer l'originalité culturelle, les façons de penser, de sentir, de vivre, d'appréhender l'avenir de chacun de nos pays.

Soyons clairs. Il ne saurait être question de demander à tous ces moyens et à ceux qui les mettent en oeuvre de se transformer en agents de propagande. Rien n'est plus éloigné de notre pensée.

Ce que nous leur demandons c'est, d'une part, d'être attentifs aux possibilités d'expression et de confrontation d'expériences qu'une abolition des frontières économiques

devrait faciliter et, d'autre part, de faciliter systématiquement une interpénétration des cultures nationales, entre pays d'Europe aussi bien qu'entre l'Europe et le reste du monde.

+

+

+

Je me résume :

Vos activités ressortissent toutes à l'industrie, d'une part, et à l'expression artistique d'autre part.

Sous quelque aspect que nous les considérions, l'intégration de l'Europe ne peut leur être étrangère : la création, il y a douze ans, de l'Union européenne des travailleurs du Film et de la Télévision a d'ailleurs montré qu'elle ne leur était pas étrangère;

- en tant que travailleurs de l'industrie, le Marché Commun vous propose un cadre élargi pour procéder aux rajustements et éventuellement aux reconversions que l'évolution technologique économique, sociale et culturelle vous impose de toute façon et dont les relations entre télévision, cinéma, théâtre ne constituent qu'un aspect;

- en tant que collaborateurs d'une forme collective d'expression artistique, la Communauté européenne vous apporte des possibilités élargies d'expériences et d'échanges dont l'un des résultats devrait être de diminuer la distance culturelle et politique existant encore entre nos pays, d'une part, et entre nos pays et le reste du monde, d'autre part.

Car, pas plus que le Marché commun n'est une fin en soi, la construction d'une Communauté européenne n'est pour nous une fin en soi. Le rôle de tous ceux qui ont pouvoir ou influence sur les moyens de communication entre les hommes est de favoriser la constitution d'une communauté humaine.

Les promoteurs de l'intégration européenne, à côté desquels il m'est arrivé de travailler il y a de cela quinze ans, n'avaient pas pour objectif de dresser les barrières d'un néo-nationalisme autour d'un territoire plus large, mais d'instaurer une nouvelle méthode pour unir les hommes en suscitant des solidarités concrètes, institutionnellement garanties, et en prenant appui sur ces solidarités pour élargir le cercle à tous ceux au moins qui acceptent, de par le monde, les objectifs de paix, de progrès et de fraternité, qui sont aussi les mots d'ordre de votre organisation.

--:--:--:--:--:--:--