

LA REPONSE DE LA COMMUNAUTE EUROPEENNE AUX DEFIS AUDIOVISUELS

Lors du "Sommet" européen de Rhodes de décembre 1988, les Chefs d'Etat et de Gouvernement se sont prononcés formellement en faveur de la convocation d'Assises Européennes de l'Audiovisuel réunissant toutes les parties prenantes du secteur.

Dès le milieu des années '80, la Communauté Européenne a adopté une stratégie d'ensemble pour répondre aux défis de l'audiovisuel.

Cette action stratégique a porté sur les trois aspects du défi global :

- la base technologique;
- les règles du jeu à la dimension de l'Europe;
- le soutien à la création.

La base technologique

Depuis plusieurs années, la Commission a joué un rôle déterminant dans la prise de conscience de l'enjeu de la télévision à haute définition (TVHD). Elle a agi sur deux plans :

- sur le plan "diplomatique", en obtenant, avec l'appui des gouvernements des Douze que les Instances Internationales compétentes (le Comité Consultatif International de la Radiodiffusion, le CCIR) donnent aux Européens un délai légitime pour la mise au point d'une alternative viable au standard mondial proposé par le Japon;
- sur le plan technologique, en rassemblant les principaux acteurs industriels européens (Thomson, Philips, Bosch, EMI-Thorn) autour d'un concept commun de standard mondial de TVHD d'origine européenne.

Cette double action a abouti à mettre effectivement Européens et Japonais à égalité.

Le défi technologique relevé par la Communauté européenne ne s'arrête pas à la seule TVHD. En effet, la nouvelle donne technologique ouverte par la révolution télématique requiert une action d'envergure de la Communauté Européenne et des Industriels pour la mise au point de la "matière première" qui sous-tend cette révolution, à savoir les nouvelles générations de "microprocesseurs" électroniques intelligentes. Sans base de production européenne de ces microprocesseurs, la bataille de la TVHD en particulier ne peut être gagnée.

C'est la raison pour laquelle, la Commission a annoncé dans le contexte de son action stratégique de R&D pour les années '90-94 une participation de la Communauté Européenne au programme JESSI (Joint European Submicron silicon).

Les règles du jeu

Le deuxième aspect essentiel de l'action entamée par la Communauté Européenne est la mise en place, à terme, d'un véritable espace audiovisuel européen. Dans cet espace, les opérateurs doivent pouvoir se fier à des règles du jeu stables qui soient les mêmes pour tous.

Dans ce but, la Commission Européenne a proposé dès 1986 aux Douze, qui les ont adoptées, une série de règles minimales et transparentes qui permettront au secteur audiovisuel de bénéficier de tous les avantages offerts par un grand marché sans frontières.

Ces règles du jeu ont pour objectif, notamment :

- de définir la place de la publicité sur les écrans (temps d'antenne maximum, interdiction de la publicité pour le tabac, dispositions strictes réglissant les "spots" pour l'alcool);

A ces éléments s'ajouteront, à la lumière des résultats des Assises, des dispositions complémentaires en matière de droits d'auteur, de concurrence adaptées aux exigences d'une télévision européenne sans frontières, respectant les spécificités culturelles existant dans la Communauté.

Le soutien à la création

Dans ce troisième volet également, la Commission a joué un rôle d'initiateur.

Il s'agit, dans la perspective de 1992 de valoriser la coopération des industries de l'audiovisuel pour les faire bénéficier des effets de dimension du marché européen.

C'est ainsi que, dès 1986, un programme d'action a été lancé pour le renforcement de l'industrie européenne de production audiovisuelle, dont la première concrétisation est MEDIA 92.

Ce programme vise à créer des synergies entre les professionnels, en accordant du capital d'amorçage à des projets-pilotes couvrant à la fois la distribution, la production et la formation.

Par ailleurs, MEDIA 92 a d'ores et déjà oeuvré à la mise en place... d'un fonds de capital à risque (Media Venture) et d'un fonds de garantie (Media Garantie).

La valeur globale des projets MEDIA co-financés par la Communauté Européenne atteint 40 millions d'ECU (soit environ 280 millions de FF).