



Une étude



pour



Direction générale
des médias et des
industries culturelles

CIRCULATION DES ŒUVRES PATRIMONIALES EN FRANCE ET COMPARAISONS EUROPEENNES

Septembre 2010

Avec la collaboration de

Golmedia GmbH Media Consulting & Research (Allemagne),
Narval Media (Royaume-Uni)
et Media Research Consultancy (Espagne)

Une étude Média Consulting Group réalisée par
Mme Valérie Champetier et M. Laurent Fonnet, associés.

Sommaire

1. INTRODUCTION.....	4
2. LES ENSEIGNEMENTS DE TROIS PAYS EUROPEENS.....	5
2.1. L'Allemagne	5
2.1.1. Une réception de la télévision majoritairement par câble et satellite	5
2.1.2. Une importante production d'œuvres interne aux chaînes	5
2.1.3. La crise économique pourrait relancer légèrement la circulation des droits	6
2.2. Le Royaume-Uni	8
2.2.1. Un grand succès des offres numériques et non linéaires	8
2.2.2. Un secteur audiovisuel tourné «naturellement » vers la production inédite	9
2.2.3. Le marché des droits secondaires transformé par le Communication Act en 2003	11
2.2.4. L'inquiétude autour du financement initial des œuvres	13
2.3. L'Espagne	14
2.3.1. Le passage complet au numérique en avril 2010	14
2.3.2. Les éléments clés du marché de la production de fiction, documentaires et animation	15
2.3.3. Une faible circulation des droits	17
2.4. Conclusion	18
3. ANALYSE DE LA CIRCULATION DES DROITS ET DES ŒUVRES EN FRANCE	19
3.1. La nouvelle donne réglementaire	19
3.2. La position des différents acteurs	20
3.2.1. Créateurs	20
3.2.2. Producteurs	21
3.2.3. Distributeurs	22
3.2.4. Diffuseurs	23
3.2.4.1. <i>Les chaînes historiques</i>	23
3.2.4.2. <i>Les chaînes gratuites de la TNT</i>	24
3.2.4.3. <i>Les chaînes payantes de complément</i>	25
3.3. La problématique selon les différents genres d'œuvres	26
3.3.1. Fiction	26
3.3.2. Documentaires	32
3.3.3. Animation	33
3.4. Perspectives d'évolution des besoins en investissement et conséquences sur la circulation des œuvres	33
3.4.1. Champ de l'estimation	33
3.4.2. Méthode	35
3.4.3. Les évolutions à prévoir	36
3.5. Conclusion	37
4. CONCLUSION GENERALE.....	38
5. ANNEXE : Liste des personnes interviewées.....	41

1. INTRODUCTION

L'évolution actuelle du secteur audiovisuel, avec la nouvelle organisation de France Télévisions, la concentration des chaînes gratuites de la TNT, renforcée par l'obtention des futurs canaux compensatoires et la possibilité qu'offre la nouvelle réglementation grâce à la mutualisation des coproductions et des achats de programmes, semble conforter l'émergence de l'entité « groupe de chaînes » qui devrait se substituer à celle de chaîne de télévision. Face à ce mouvement, le secteur de la production audiovisuelle pourrait rester relativement atomisé avec quelques grands groupes.

Par ailleurs, depuis 2008, la crise a entraîné une baisse des recettes publicitaires pour le média télévision confronté à la montée en puissance des nouveaux supports numériques.

Dans ce contexte mouvant, la circulation des œuvres audiovisuelles patrimoniales entre les chaînes en France, notamment dans le domaine de la fiction, du documentaire et de l'animation, constitue un enjeu majeur pour tous les intervenants de la chaîne de valeur que sont les créateurs (scénaristes et réalisateurs), les producteurs, les distributeurs et enfin les chaînes de la TNT et les chaînes du Câble et du Satellite.

La DGMIC a souhaité apporter des éléments de compréhension nouveaux,

- en étudiant le financement et la circulation des « œuvres » dans d'autres pays européens avant d'en venir à l'analyse du cas « français » ;
- en menant une étude permettant d'apprécier le degré réel de circulation des œuvres patrimoniales selon les différents genres et d'identifier quelles pourraient être les évolutions. Cette étude intègre la distinction entre deux questions, trop souvent confondues, celle de la diffusion des œuvres ("la circulation des œuvres") et celle de la circulation des droits. On peut ainsi se demander si les œuvres circulent à l'intérieur de groupes (circulation des œuvres mais pas des droits) ou à l'extérieur (circulation des œuvres et des droits) .

La méthodologie suivie par Media Consulting Group a reposé sur trois grands axes :

- un benchmark dans trois pays européens : Allemagne, Royaume-Uni et Espagne ;
- un état des lieux exhaustif de la diffusion et de la circulation des œuvres sur l'année 2008 au sein d'un panel de 19 chaînes¹ qui a permis d'identifier des profils-types de circulation, permettant ainsi d'analyser l'évolution possible de la circulation dans le nouveau contexte législatif et de concentration du secteur en se fondant, notamment, sur une estimation des besoins futurs des chaînes gratuites de la TNT, seul segment de ce marché en forte évolution ;
- la tenue de vingt neuf entretiens représentatifs des intervenants sur ce marché, des diffuseurs hertziens historiques, des chaînes de la TNT gratuite, des chaînes thématiques du câble et du satellite, des distributeurs, des producteurs, des responsables des syndicats professionnels et des sociétés d'auteurs.

¹ Les 7 chaînes hertziennes historiques, les 8 chaînes gratuites de la TNT, généralistes ou diffusant des œuvres et 4 chaînes thématiques du câble et du satellite ;

2. LES ENSEIGNEMENTS DE TROIS PAYS EUROPEENS

Dans cette première partie, le financement et la circulation des programmes de fictions, de documentaires et d'animation dans trois pays européens sont étudiés pour mettre en avant les similitudes et les différences avec la situation française.

Ces pays ont-ils une définition de l'œuvre audiovisuelle et patrimoniale ? Disposent-ils de quotas de production et de diffusion ? Quels sont les niveaux de financement initial des différents types de chaînes ? Quelles sont les pratiques sur la circulation des droits et la circulation des œuvres ?

2.1. L'Allemagne

2.1.1. Une réception de la télévision majoritairement par câble et satellite

La réception terrestre hertzienne ne couvre qu'environ 10% des foyers alors que le câble et le satellite en desservent plus de 90%. A la fin de l'année 2009, près de 55% des 34,7 millions de foyers allemands équipés d'un téléviseur recevaient la télévision en numérique, quel que soit le mode de distribution.

En 2009, le nombre de chaînes de télévision commerciales conventionnées et disposant d'une distribution nationale s'élevait à 148. En plus de ces chaînes, les télédiffuseurs publics ARD et ZDF éditent 23 chaînes de télévision.

L'audience globale de la télévision est encore principalement répartie entre les deux plus grandes chaînes publiques (ARD et ZDF) et les chaînes privées leaders RTL (RTL Media Group), Sat.1 and ProSieben (ProSiebenSat.1 Media AG).

Les revenus nets de la publicité télévisée ont reculé, entre 2000 et 2008, de 4.864 milliards d'Euros à 4.031 milliards, soit une baisse de 17%.

La première plateforme de Pay-TV d'Allemagne, Sky Deutschland, n'est pas encore à l'équilibre. Avec 2,47 millions d'abonnés à la fin 2009, elle a généré 902 millions d'euros de revenus mais a produit une perte nette cumulée de 677 millions d'euros, contre un revenu de 941 millions d'euros en 2008 avec une perte nette de 270 millions d'euros.

2.1.2. Une importante production d'œuvres interne aux chaînes

Les investissements dans la production, indépendante ou interne aux chaînes, de fiction, de documentaires ou d'animation sont concentrés entre les quatre grandes chaînes nationales ZDF, ARD, RTL et Sat.1.

Le plus gros producteur de programmes de fiction est ZDF (volume total de production des programmes financés en 2009 : 550 millions d'Euros) avec une part de marché estimée à 40%. ARD est le second.

Quatorze des chaînes commerciales diffusées en Allemagne sont des chaînes généralistes, avec une part substantielle de fictions, documentaires ou séries d'animation produites en interne ou commandées à des producteurs indépendants. RTL et Sat.1 représentent à elles deux la part la plus importante des programmes commandés par des télédiffuseurs commerciaux en Allemagne.

La production interne de l'opérateur allemand de Pay-TV Sky Deutschland est concentrée sur la réalisation d'émissions autour des matches de football de Bundesliga.

Les montants totaux des productions financées en Allemagne fluctuent en fonction de la situation économique générale des télédiffuseurs. En 2006, le revenu total estimé, généré par les

productions (cinéma et télévision)² financées en Allemagne a atteint 3,26 milliards d'Euros. (Les données plus récentes ne sont pas disponibles.)

A la différence de la France, il n'y a pas de quotas de production ou de diffusion des programmes nationaux en Allemagne. Aucune loi, ni régulation, n'encadre la circulation des programmes entre les chaînes.

2.1.3. La crise économique pourrait relancer légèrement la circulation des droits

Une faible circulation des droits entre les chaînes

Les chaînes allemandes supportent la presque totalité des coûts de production et détiennent ainsi de longs droits de diffusion et la majorité des droits secondaires. En raison de la liberté des contrats, la propriété illimitée des droits accordée ou non à la chaîne dépend du pouvoir de négociation de chacune des parties. Un producteur indépendant comme Brainpool³ qui est le plus important en Allemagne a un pouvoir de négociation important et arrive à se réserver les droits sur les supports autres que la télévision.

Les œuvres audiovisuelles circulent peu entre les chaînes, si ce n'est celles qui ne sont pas des marques fortes pour les primo diffuseurs. Les documentaires et l'animation, eux, ne circulent pratiquement pas.

Ce n'est qu'à la fin de l'amortissement complet des productions pour les groupes primodiffuseurs, après un grand nombre de diffusions, que les programmes de fiction, de documentaires ou d'animation des chaînes publiques et privées sont proposés à la vente aux chaînes thématiques. Le prix est alors faible et ils deviennent accessibles pour ces diffuseurs.

En conséquence, les recettes de la vente de droits de programmes nationaux de fictions, de documentaires, et d'animation sont faibles. Elles représentent 2% du montant total investi dans la production de ces programmes.

Une circulation des « œuvres » à l'intérieur des groupes

A la différence de la circulation des droits entre les chaînes, la circulation des programmes au sein d'un même groupe est assez courante. Par exemple, la circulation des œuvres est fréquente entre ARD et Das Dritte qui regroupe les chaînes régionales du groupe public. Il en est de même entre les chaînes privées nationales et leurs chaînes thématiques comme RTL avec RTL II ou VOX et Sat.1 avec Kabel 1.

Les experts interviewés considèrent que la circulation au sein des groupes va s'intensifier dans l'avenir à mesure que la centralisation de ces entreprises se renforce.

La crise économique pousse les chaînes privées commerciales à vendre les droits de leurs œuvres de catalogue

La circulation des programmes entre les chaînes de télévision a augmenté ces derniers temps. La raison principale de cette évolution tient à la situation économique des diffuseurs privés qui s'est tendue avec la crise. La pression sur les coûts conduirait les chaînes de télévision privées à vendre des programmes de leur catalogue pour générer des recettes supplémentaires.

² Il s'agit de tous les genres de programmes et pas seulement les oeuvres et encore moins les oeuvres patrimoniales

³ <http://www.brainpool.de/bpo/de/>

La chaîne privée ProSiebenSat.1 a été le précurseur de cette relance du marché secondaire. Depuis, les autres diffuseurs privés ont suivi l'exemple. Mais la majorité des programmes vendus ne sont pas les œuvres emblématiques. En conséquence, la circulation des « œuvres » entre les chaînes privées se réduit aux « marques non fortes ».

Les chaînes publiques, n'étant pas soumises à la même pression sur les coûts, ne cherchent pas spécialement à vendre et faire circuler les droits de leurs œuvres déjà amorties.

La circulation directe des programmes entre les diffuseurs signifie une perte de pouvoir des détenteurs de droits et des distributeurs dans ce second marché.

Cette nouvelle circulation des droits se caractérise par deux éléments très différents de la circulation classique :

- Les programmes sont généralement vendus pour une diffusion. Ainsi, le montant de la transaction dépend du nombre de diffusions que souhaite la chaîne qui achète les droits;
- Il est aussi courant que la transaction ne se fasse pas sur une base financière, mais que les chaînes échangent un programme contre un autre.

La bataille sur les recettes de la circulation sur les nouveaux supports numériques et à l'étranger

Les chaînes cherchent maintenant à prendre des droits de distribution au-delà de la diffusion hertzienne. Dans le cas de productions internes ou de commandes⁴, le diffuseur dispose déjà des droits sans restriction. Tout se joue donc sur les coproductions pour lesquelles la répartition des droits entre la chaîne et le producteur tient encore du pouvoir de négociation.

Les points d'affrontement entre diffuseurs et producteurs se concentrent, d'une part sur les nouveaux circuits de distribution comme le marché de la vidéo, les plateformes de vidéo à la demande ou la diffusion sur mobiles et d'autre part sur la vente à l'étranger pour laquelle, jusqu'à aujourd'hui, les producteurs ne percevaient aucun revenu.

En janvier 2010, l'Alliance des Producteurs Allemands (Produzentenallianz) et la chaîne publique ARD ont signé un accord instituant un partage de revenu à 50/50 pour la vente des programmes à l'étranger et la vente de DVD. Un accord similaire est prévu avec ZDF. En ce qui concerne les diffuseurs privés, des accords individuels existent déjà avec certains producteurs.

La circulation des droits allemands à l'étranger (vente de programmes ou de formats) est assez importante, principalement en direction des « petits » pays qui ont des difficultés à financer des programmes locaux originaux en raison de l'étroitesse de leur marché national. Ces ventes à l'étranger constituent des revenus non négligeables pour les producteurs et les diffuseurs allemands. En revanche, aucun accord de partage de revenu ne semble envisagé sur le marché naissant de la VàD⁵ entre diffuseurs et producteurs. De plus en plus de chaînes lançant leur propre plateforme numérique de contenus gratuits ou payants, elles entendent conserver les droits au sein de leur groupe le plus longtemps possible.

En conclusion, comparée à la circulation des programmes à l'étranger, au marché des DVD et au marché naissant de la VàD, la circulation des droits de fictions, documentaires ou animation nationaux entre les chaînes allemandes représente un petit volume financier qui progresse légèrement depuis peu, en raison de la crise, mais uniquement sur des « marques faibles ».

⁴ Dans ce cas la chaîne finance 100% des coûts

⁵ Les programmes les plus nombreux sur ces supports sont les films US, les séries et les documentaires.

2.2. Le Royaume-Uni

2.2.1. Un grand succès des offres numériques et non linéaires

97,4% des foyers⁶, soit 25,9 millions, sont équipés en télévision et 83,8% reçoivent une ou plusieurs plateformes numériques⁷. Le nombre d'abonnés aux services de télévision à péage atteint aujourd'hui 13,5 millions de foyers et ce marché devrait atteindre les 15,4 millions d'abonnés au cours des cinq prochaines années.

La part d'audience des grands « networks » (BBC1 et BBC2, ITV, Channel 4 et Five) est en déclin relatif sur toutes les plateformes même si cette baisse est plus marquée au sein des foyers multi-chaînes du type *Freeview*⁸ ou *Sky*. Ces 5 grands networks et leurs chaînes numériques sont passés de 75% de part d'audience en 2003 à 60% en 2008⁹. Les parts de marché respectives des grandes chaînes nationales pour l'année 2009 étaient de 20,9% pour BBC1, 17,8% pour ITV1, 7,5% pour BBC2, 6,8% pour Channel 4 (plus sa chaîne en langue galloise S4C), 4,9% pour Five.

Les quatre plateformes numériques dominantes se partagent la quasi-totalité du marché sur cette technologie et au sein de l'offre multi-chaînes. Les opportunités de vente secondaires d'œuvres nationales se situent principalement à l'intérieur de ces ensembles :

- *Freeview*, l'offre gratuite de la TNT combinant des chaînes publiques financées par le régime de redevance (BBC et son portefeuille/bouquet de chaînes) et des chaînes commerciales soutenues par la publicité (Channel 4 et Five, ITV et leurs portefeuilles respectifs) nécessite un boîtier de réception livré aux foyers qui en font la demande, à titre gratuit. A ce jour, *Freeview* compte 10 millions d'abonnés et offre 50 chaînes gratuites (« free to air ») ;
- *Sky*, la plateforme de services à péage dominante sur le marché compte aujourd'hui 9,8 millions d'abonnés et offre près de 300 chaînes dites « premium », c'est-à-dire des chaînes autres que celles disponibles dans le bouquet service public et *Freeview* ;
- *Virgin Media*, bouquet disponible sur le câble et le satellite, compte 3,7 millions d'abonnés et offre un nombre limité de chaînes « premium » ;
- *Freesat* offre un bouquet de 100 chaînes par câble et satellite et compte 700.000 abonnés.

Le lancement au cours des cinq dernières années de nouveaux bouquets de chaînes numériques par les grands networks, a connu un succès important, créant des opportunités nouvelles pour l'offre secondaire de programmes originaux produits en Grande Bretagne, initialement pour et par ces grands réseaux hertziens. Les chaînes les plus prisées par le public dans ce segment du marché sont ITV2, E4 (Channel 4), ITV3, BBC3, More4, Film4, ITV4. La chaîne culturelle BBC4 occupe également une niche stable bien que plus modeste et les deux chaînes du portefeuille de Five, Fiver et FiveUS, trouvent également leur public.

⁶ 26,6 millions de foyers en Grande Bretagne qui représentent un total de 61,5 millions d'habitants.

⁷ Chiffres Ofcom, 2009

⁸ Freeview est la dénomination de l'offre gratuite de la TNT au Royaume-Uni

⁹ Sur l'ensemble des équipés TV

L'Offre non linéaire est forte en Grande Bretagne

Les cycles et la valeur du marché secondaire des programmes nationaux sont aujourd'hui fortement influencés par le développement d'une offre non-linéaire de rattrapage, notamment par les grands groupes hertziens que sont la BBC et Channel 4 :

- BBC i-player offre un rattrapage de 7 jours à partir de la diffusion hertzienne, ainsi que le « series stacking » pour les séries¹⁰ ;
- Les plateformes non-linéaires de rattrapage ITV.com, 4OD et Demand Five offrent également leurs programmes hertziens pour une durée initiale de 30 jours ;
- Les acteurs secondaires tels que UKTV développent également des services de rattrapage ; c'est le cas notamment de UK Living, l'une des chaînes fleuron du portefeuille UKTV.

L'offre dite « ouverte » de V&D, hors des grands réseaux, reste par contre fort limitée aujourd'hui. Ce marché pourrait connaître une évolution rapide en 2010, avec notamment le lancement au printemps de la plateforme ouverte *See Saw* ou encore l'arrivée au Royaume Uni de la plateforme américaine *Hulu*.

Le régulateur audiovisuel, Ofcom, prévoit que la V&D pourrait représenter au moins 30% de la consommation audiovisuelle d'ici 2018 tandis que la consommation linéaire déclinerait de 10% au cours de la même période. La télévision linéaire devrait donc rester le mode de consommation dominant du média télévision : Ofcom prévoit que les revenus de la télévision se situeront autour des 12 £Md d'ici 2012, tandis que la V&D ne représentera alors que 300 à 350 £ M.

2.2.2. Un secteur audiovisuel tourné « naturellement » vers la production inédite

Les investissements dans la production audiovisuelle sont extrêmement concentrés au Royaume-Uni : 90% des investissements dans les programmes originaux proviennent des quatre grandes chaînes généralistes : BB1, BBC2, ITV1 et Channel 4.

Une concurrence qui favorise « naturellement » la production de programmes originaux

La notion d'œuvre de patrimoine n'existe pas au Royaume-Uni. En revanche, l'Ofcom est chargé de s'assurer que les programmes d'information, les programmes régionaux, la production indépendante et les productions originales sont programmés en quantité suffisante dans les grilles de tous les diffuseurs sous sa compétence. Cela se traduit dans les faits par la volonté et la pression institutionnelles pour que ces diffuseurs proposent à leur public un grand choix de fictions nouvelles, de documentaires et d'animation autant de genres qui s'apparentent au concept français « d'œuvres de patrimoine ».

La législation britannique¹¹ et la régulation sont silencieuses sur la notion « d'œuvres nationales ». En revanche, elles utilisent la notion « de productions originales » qui sont définies comme des productions réalisées au Royaume-Uni et commandées auprès de sociétés de production indépendantes ou de producteurs travaillant comme salariés des diffuseurs. Toutes les chaînes dépassent leurs quotas, selon les données de l'Ofcom en 2008 : plus de 80% de productions

¹⁰ Le *series-stacking* permet à la BBC de mettre à disposition tous les épisodes d'une série jusqu'à 7 jours après la diffusion du dernier épisode. i-player est multi-plateformes, disponible sur Virgin Media, BT Vision et Tiscali. L'offre BBC i-player représente notamment 30% de la demande non-linéaire chez les abonnés de Virgin Media

¹¹ Communication Act 2003

originales quand le régulateur impose des quotas de 65% à 80% aux heures de grande écoute¹².

Cette production originale était déjà présente avant la mise en place des quotas. Il semble que les diffuseurs tendent naturellement, sans la nécessité d'une obligation réglementaire, à produire un grand nombre d'heures de programmes originaux. La concurrence entre les chaînes est suffisante pour conduire les diffuseurs à proposer des œuvres originales à leur public, spécifiquement en prime time, plutôt que de diffuser des programmes importés.

Bien que la fiction, les documentaires et l'animation soient des genres de programmes chers comparés aux autres, ils sont toujours considérés comme stratégiques par les diffuseurs les plus importants tant pour leur valeur actuelle que pour les revenus potentiels qu'ils permettent de générer à l'international ou sur les droits secondaires.

Ainsi, le fait de continuer à produire ces « programmes originaux » en fiction, documentaire et animation résulte de la convergence entre les attentes des régulateurs, la tradition audiovisuelle britannique et la concurrence sur le marché.

L'histoire mouvementée des quotas de production indépendante

Les quotas de production indépendante ont été introduits pour la première fois au Royaume-Uni en 1986 par le gouvernement Thatcher qui a souhaité étendre à tous les diffuseurs terrestres l'obligation de recourir à la production indépendante sur une base concurrentielle. Jusque là, Channel 4 était la seule chaîne à utiliser ce type de production. En 1982, le gouvernement Thatcher avait créé avec Channel4 une chaîne unique en son genre, un éditeur-diffuseur, qui n'avait aucune capacité de production en interne et devait faire appel pour l'ensemble de sa grille à de la production externe. Cette décision avait créé le secteur de la production indépendante au Royaume-Uni. Mais Channel4 était un monopole de fait et pouvait imposer des conditions commerciales peu équitables aux producteurs.

En 2002, le gouvernement britannique a étendu les obligations de production indépendantes à tous les diffuseurs terrestres¹³ :

- pas moins de 25% de leur contenu (heures qualifiées) devait provenir de la production indépendante ;
- même quota pour les chaînes numériques ;
- définition des notions de « producteur indépendant », « production indépendante » et « heures qualifiées » ;
- extension des pouvoirs de l'Ofcom pour lui permettre de s'assurer du respect de ces quotas par les diffuseurs.

La régulation menée par l'Ofcom, avec l'introduction du *Code of practice for programme commissioning*, a eu un rôle décisif dans l'avènement d'une relation plus équitable entre les producteurs et les diffuseurs, créant ainsi les conditions d'une dynamique pérenne du secteur de la production audiovisuelle. Cependant, les producteurs indépendants se sont inquiétés de la pratique des deux grands diffuseurs BBC et ITV (leaders monopolistiques chacun sur leur marché, avec des départements internes de production très importants) qui considéreraient trop souvent le quota de 25% comme un plafond et non comme un plancher.

¹² Peak viewing time

¹³ Communications Act 2002

La réponse de la BBC a été de créer une « fenêtre de concurrence créative »¹⁴. Le groupe public maintenait 50% de production interne et 25% de production indépendante. Les 25% restant était ouvert à la concurrence entre les productions internes et les productions indépendantes. Ostensiblement, en créant cette fenêtre, la stratégie de la BBC était de maintenir un niveau de 50% de production interne en dessous duquel les dirigeants du groupe considéraient que l'avantage de financer un département de production interne (rationalisation des coûts, couverture d'événements nationaux importants, information, service public régionaux, etc.) n'existerait plus.

2.2.3. Le marché des droits secondaires transformé par le Communication Act en 2003

Deux régimes distincts de droits de diffusion coexistent au Royaume-Uni, l'un pour les productions internes, l'autre pour la production indépendante.

Pour les œuvres de fiction, documentaires et d'animation, produites en interne, la chaîne définit ses propres règles. En général, les droits acquis par la chaîne sont perpétuels. Elle peut rediffuser le programme autant qu'elle le souhaite ou en autoriser la diffusion sur une autre chaîne. Les sociétés de distribution liées aux diffuseurs se concentrent sur la vente des droits sur les marchés hors télévision (DVD) au Royaume-Uni et sur la vente internationale. En conséquence, très peu d'œuvres produites en interne par les diffuseurs sont cédées à d'autres chaînes quelles qu'elles soient au Royaume-Uni.

Pour la circulation des droits des productions indépendantes, l'évolution a été spectaculaire depuis la création du Communication Act en 2003. Au départ, Channel4 couvrait 100% du coût de production des œuvres et en conservait les droits de manière perpétuelle. C'est ce modèle qui s'est appliqué quand les autres chaînes ont eu recours également à la production indépendante, en 1986. Et cette pratique n'a pas évolué au cours des 15 à 20 années suivantes.

La disposition des droits secondaires était incluse dans l'investissement initial et aucune incitation, les poussant à favoriser la circulation des œuvres hors de leur groupe respectif, n'existait entre les diffuseurs. Les producteurs indépendants et certains responsables de l'Ofcom considèrent que le marché secondaire a été « étouffé » et cela, au détriment du consommateur.

Le Communication Act de 2003 a entraîné des changements dans le contrôle stratégique des droits de diffusion qui sont apparus comme une sorte de révolution. La législation imposait aux diffuseurs de rendre transparentes les pratiques commerciales qu'ils entretenaient avec les producteurs indépendants. L'Ofcom avait un droit de regard final sur ces accords et se permettait d'intervenir si l'un des aspects de ces accords servait en fait à renforcer le monopole et réduire des pratiques concurrentielles.

¹⁴ Window of Creative Competition (WOCC)

L'exemple le plus frappant de ce changement de rapport de force entre producteurs et diffuseurs est celui des termes de l'accord entre la BBC et les producteurs indépendants sur la période 2003-2006.

- Termes généraux :
 - La première période de droits de diffusion est limitée à cinq ans (60 mois).
 - Cette première période de droits se fait sur un prix fixe, établi sur les tarifs transparents et publics.
 - Un nombre de diffusions précis est autorisé au cours de cette période : une sur BBC1, deux sur BBC 2, neuf sur BBC3 et quatre sur BBC4, etc.
 - Une option d'étendre de deux ans cette première période de droits pour un coût de 3,5% du montant initial des droits existe.
 - Toute extension ultérieure des droits se fait sur la base du marché.
 - Pour toute diffusion non prévue dans l'accord premier, un versement déterminé de 3,5% du montant initial est obligatoire.

- A l'intérieur de cette première période de droits :
 - Le producteur peut exploiter l'œuvre sur d'autres médias, hors télévision hertzienne nationale, six mois après la première diffusion.
 - Cette autorisation se fait plus tardivement dans le cas de séries récurrentes ; dans ces cas là, le producteur doit attendre la fin de la diffusion hertzienne de la troisième saison de la série avant de pouvoir exploiter la première saison sur un autre mode de diffusion.
 - Cette autorisation se fait également de manière plus tardive pour les œuvres financées pour les chaînes numériques : dix huit mois après la première diffusion pour les fictions (hormis vingt quatre mois pour les comédies) et les documentaires, quinze mois pour l'animation.

- Autres droits de distribution et d'exploitation :
 - Le producteur garde tous les autres droits.
 - Il est libre de choisir le distributeur qu'il souhaite.
 - La BBC reçoit 25% sur les droits d'exploitation.

- Les droits sur les nouveaux médias :
 - Les accords au moment de l'investissement initial comprennent les droits sur les nouveaux médias (Télévision de rattrapage pendant 7 jours après la diffusion du programme, preview 7 jours avant la première diffusion, tout épisode d'une série reste disponible en catch up jusqu'à la fin de la diffusion de la série, droit de simulcast).
 - Les droits de video à la demande sont très peu utilisés pour le moment, la BBC n'ayant pas de plateforme VàD hors le i-player, qui offre un service de rattrapage des grilles BBC1 et BBC2. La BBC a le droit d'utiliser les programmes sur son site, le producteur reçoit un pourcentage qui se négocie entre les parties, le producteur peut vendre une version enregistrable à une autre plateforme non-linéaire à partir du 8^{ème} jour après la diffusion.

2.2.4. L'inquiétude autour du financement initial des œuvres

Le marché secondaire ou tertiaire des œuvres est, selon les considérations des diffuseurs et des producteurs, fortement concentré au sein des bouquets de chaînes thématiques appartenant au primo diffuseur.

Par ailleurs, le fait que le catalogue d'un diffuseur n'ait que peu de chance de se retrouver sur une chaîne d'un autre groupe ne tient pas seulement à la tendance des primo diffuseurs à « enterrer » eux mêmes leurs propres programmes ou à les réutiliser uniquement sur les chaînes de leurs groupes, mais aussi au fait que des diffuseurs en concurrence ne voient aucun avantage à diffuser des programmes qui ont été créés par d'autres diffuseurs. Cela n'aide en rien au développement de leur propre marque.

Depuis 2003, le nouveau Communication Act a si radicalement changé les relations entre les diffuseurs et les producteurs que l'intensité du débat sur ce point s'est réduite. Toutefois, la première période des droits s'étalant sur cinq ans, les six années écoulées depuis la mise en place de ces accords ne permettent pas encore de savoir si le marché secondaire a pu monter en puissance.

Ces deux dernières années, un débat plus alarmant a remplacé le débat sur la circulation des œuvres. Après deux ans de baisse des recettes publicitaires en télévision, la différence se creuse entre le coût des programmes premium comme la fiction (les séries et les unitaires), et le niveau du pré-achat que les diffuseurs sont prêts à investir.

Selon les sociétés de production de fiction leaders au Royaume-Uni, la différence entre le coût des fictions et le niveau d'investissement des diffuseurs n'était jusqu'en 2006 que de 3 à 5%. Aujourd'hui, la différence entre le coût et l'investissement proposé par les chaînes s'est transformée en un fossé de près de 20% sur ces « œuvres de patrimoine » – les producteurs devant refaire face à des niveaux d'investissement des diffuseurs redescendus aussi bas qu'en 2001. C'est donc une baisse importante de la part des chaînes dans le financement initial, de 95% à 80%.

Bien que les producteurs aient atteint un niveau de maturité grâce auquel leurs financements se sont diversifiés, le marché secondaire en télévision reste limité et ne peut leur apporter que 8% des financements quand l'exploitation DVD peut en apporter 23%.

La crise actuelle de la fiction au Royaume-Uni révèle le manque de dynamisme du marché secondaire qui ne semble pas pouvoir apporter le complément de financement dont auraient besoin les fictions.

Si les diffuseurs comme la BBC ou les autres grandes chaînes tentent de résoudre cette tension conjoncturelle sur le financement liée à la crise économique en réduisant le coût unitaire des œuvres, cette politique ne devrait pas disposer d'un grand avenir puisque tous les diffuseurs historiques reconnaissent la nécessité vitale de financer des contenus à haute valeur ajoutée dans les années qui viennent pour maintenir l'intérêt de regarder la télévision face à la concurrence d'internet.

La recherche de solutions pour résoudre la crise du financement initial ne devrait pas conduire à relancer le marché secondaire. Sur ce front, les diffuseurs sont plus préoccupés d'étendre l'avantage de leurs marques sur les plateformes non linéaires (Cf. SkyAnytime, 4oD ou BBC iPlayer) que de stimuler la diffusion de leurs programmes vers d'autres chaînes télévisées.

2.3. L'Espagne

2.3.1. Le passage complet au numérique en avril 2010

Un paysage télévisuel numérique et très fragmenté

Le paysage télévisuel espagnol s'est beaucoup transformé et fragmenté depuis 2005, après l'arrivée de nouvelles chaînes hertziennes (la Cuatro en 2005 et la Sexta en 2006) et le lancement de la TNT en 2005.

- En 2005, les quatre grandes chaînes hertziennes publiques et privées (TVE1, La 2, Telecinco et Antena 3) représentaient près de 70% de l'audience de la télévision (68,9%)¹⁵. La Cuatro¹⁶ se lançait à peine et La Sexta n'était pas mesurée. L'ensemble des chaînes locales représentait 20% de l'audience avec d'un côté Forta (Federation of Regional Broadcasters) à 17,6% et, de l'autre, les autres chaînes locales à 3,5%. Les chaînes thématiques regroupaient 7,4% de part d'audience. Le satellite et le câble étaient respectivement à 3,7% et 3,1% de part d'audience. La TNT ne figurait pas encore dans les sondages d'audience.
- En 2009, les quatre premières chaînes historiques ont perdu près de 30% de leur audience et ne représentent plus que 50% de part d'audience. Les deux nouvelles chaînes hertziennes, La Cuatro et la Sexta ont très fortement progressé et représentent respectivement 8,3% et 6,3% de part d'audience. Les chaînes locales ont également reculé de 30% à 14,9% de PdA. Les chaînes thématiques se maintiennent à 7,5%. La TNT représente 10,2% de part d'audience alors que le câble et le satellite ne sont plus mesurés dans les données d'audience.

L'Espagne est le premier pays européen, deux ans avant les autres nations, à avoir achevé complètement son passage au numérique. En décembre 2009, le ministère de l'Industrie annonçait que 85,4% des foyers avaient accès à la TNT et que 98% du territoire espagnol était prêt à passer définitivement de l'analogique au numérique. En avril 2010, comme il avait été annoncé, la diffusion analogique s'est éteinte.

Depuis cet « analogical blackout », aucun dysfonctionnement n'est à regretter, hormis dans quelques villages reculés qui ne reçoivent plus la télévision par voie terrestre. Les chaînes nationales et autonomiques sont satisfaites car elles gagnent en visibilité. En revanche, les chaînes locales qui n'ont pas les fonds nécessaires pour diffuser sur la TNT, montrent leur déception.

Succès de la TNT et déclin du câble et du satellite

Dans le câble, le seul acteur important est ONO qui opère au niveau national et qui a absorbé son concurrent AUNA, en 2007. Depuis ce rachat, ONO a fortement investi dans le raccordement de plusieurs régions, en priorité les grandes villes.

Dans le satellite, Digital+ est maintenant le fournisseur unique. Précédemment, cette offre appartenait au groupe PRISA sous la dénomination Canal Satellite¹⁷. Après le regroupement de Canal Satellite avec son concurrent Digital +, en 2004, Prisa avait fait la demande d'une fréquence hertzienne et l'avait obtenue. En 2005, Canal+ disparaissait et La Cuatro était née. Le bouquet satellite continuait lui sous la marque Digital+.

¹⁵ Source des données chiffrées de ce paragraphe : EGEDA ANNUARY mis en forme par MRC et regroupés par MCG

¹⁶ Anciennement Canal+ sur le satellite (voir paragraphe suivant)

¹⁷ Le groupe Prisa détenait également la chaîne Canal+

A peine la consolidation de ces deux marchés terminée, la TNT a été lancée et a très vite trouvé son public avec un choix élargi de chaînes gratuites et un adaptateur à prix modique (40€). Ainsi, La TNT progressait fortement pendant que le câble et le satellite perdait du terrain.

Aujourd'hui, ONO et Digital + sont dans une situation financière critique. ONO a procédé à un plan de licenciement très important en 2009. Le groupe PRISA cherche à vendre Digital+. Le groupe Mediaset en a acquis 22% au moment de son absorption de La Cuatro en 2010 et le reste serait proposé à Telefonica et d'autres groupes.

2.3.2. Les éléments clés du marché de la production de fiction, documentaires et animation

Prise en compte de la notion d'œuvre nationale et non de celle d'œuvre patrimoniale

La réglementation audiovisuelle espagnole ne dispose pas de définition spécifique de « l'œuvre patrimoniale ». Du point de vue des coproductions et des préachats de programmes, une segmentation par genre figure dans la législation qui identifie séparément les téléfilms, les miniséries (moins de 150 minutes au total, prévu en 2 diffusions), les séries TV (hebdomadaires) et les feuilletons TV (quotidiens, comme les soaps ou les telenovelas), les documentaires et les séries d'animation.

Une œuvre est considérée comme « nationale » quand elle est produite, ou coproduite à l'international (à hauteur de 20% minimum), par une société de production espagnole¹⁸ et quand elle est produite dans l'une des langues espagnoles officielles. Cette définition s'applique principalement dans le cas des films de cinéma, des téléfilms, des miniséries, des documentaires et des séries d'animation.

Traditionnellement, les séries télévisées ne donnent pas lieu à des coproductions à l'exception des telenovelas, très populaires, provenant d'Amérique Latine. Mais ces séries qui viennent du Venezuela, du Mexique ou de Colombie ne sont jamais des coproductions mais des importations.

La nouvelle loi audiovisuelle reprend les critères de la directive SMA

Selon la nouvelle loi audiovisuelle (Ley General de la Comunicacion Audiovisual¹⁹) votée par le congrès le 7 janvier 2010, et qui doit très prochainement passer devant le Sénat (Senate), les diffuseurs publics (nationaux et régionaux), les diffuseurs privés ainsi que les fournisseurs d'accès à internet qui distribuent le signal télévisé ont l'obligation de produire et financer des contenus audiovisuels. Les programmes regroupés sous cette réglementation sont les films européens, les téléfilms, les séries TV, les documentaires et l'animation.

- Les chaînes publiques doivent investir 6% de leur revenu net dans ces programmes et 25% de cette somme doivent être investis dans les téléfilms et les séries TV ;
- Les chaînes privées doivent investir 5% de leur revenu net et 40% de cette somme doit être investie dans les téléfilms et les séries TV ;
- Dans les deux cas, 60% de ces fonds sont à investir dans des films de cinéma, des courts métrages et des téléfilms et enfin, 50% de ces fonds doivent faire appel à la production indépendante ;
- En général, 60% des financements par chaîne doivent être réalisés dans l'une des langues espagnoles officielles.

¹⁸ Selon les principes de l'Accord de coproduction Européen

¹⁹ Cette nouvelle loi se substitue à toutes les lois précédentes ainsi qu'à la directive TVSF. Elle inclut la création d'une autorité de régulation composée de 9 membres dont la mission est de contrôler le respect de la réglementation par les diffuseurs, c'est le Conseil National des Médias Audiovisuels (*Consejo Estatal de Medios Audiovisuales*) et intègre les nouvelles recommandations de la directive SMA.

La durée très étendue des droits pourrait être remise en cause

En général, les diffuseurs financent 100% du coût de production d'une fiction ou d'un documentaire en laissant une marge au producteur. De manière exceptionnelle, pour les séries et mini-séries²⁰, le diffuseur ne finance que 80 ou 90% de l'œuvre. Dans ce cas, le producteur apporte le reste du financement et conserve une partie de la propriété du programme.

Les droits de diffusion couvrent en général l'Espagne pour ce qui est de la télévision gratuite et l'Amérique Latine pour la télévision satellite.

- La durée des droits est de 10 ans (120 mois) pour les diffuseurs publics, avec un nombre de passages non limité. Une réduction de la durée des droits à 7 ou 8 ans (84 à 96 mois) est en cours de négociation entre producteurs et diffuseurs. Les chaînes publiques restent les investisseurs les plus importants dans la production originale.
- Dans le cas des diffuseurs privés, la durée des droits est de 5 ans (60 mois) avec 3 passages.

Le contrat initial avec un diffuseur prévoit souvent une prolongation automatique des droits à leur première échéance, pour un an et 3 diffusions.

L'inquiétude du secteur de la production indépendante face aux évolutions récentes

La production de fiction, documentaires ou animation se divise en deux types d'apport des diffuseurs :

- La production interne si le programme entier est produit par le diffuseur ;
- La production externe si la chaîne entre en coproduction avec des sociétés de production. Cette production peut se diviser en 3 sous-catégories :
 - Financière : la production est réalisée par un indépendant qui utilise les ressources en industrie du diffuseur qui finance le programme à 100% ;
 - Associée : produit en association avec une société de production indépendante ;
 - Co-production : produit en association avec plusieurs sociétés de production ou des diffuseurs internationaux.

La production indépendante s'est beaucoup développée et fournit jusqu'à 1000 heures de programmes par an. Plus de 150 sociétés de production sont actives même si les deux plus importantes, Globomedia (+/- 1500 heures en 2006) et Gestmusic Endemol (1100 en 2006), se partagent 60% du marché. Il reste que la notion d'indépendance est encore relativement floue en raison du vide juridique à ce sujet et des interconnexions complexes entre les diffuseurs et les sociétés de production.

Il existe un système de quotas non officiel et non écrit selon lequel le service public investit des montants faibles dans un grand nombre de projets quand les groupes privés investissent des montants importants dans un petit nombre de projets.

²⁰ Série et mini-séries qui peuvent être des coproductions européennes

La nouvelle loi audiovisuelle devrait transformer en profondeur l'industrie audiovisuelle et cinématographique espagnole, mais plusieurs voix s'élèvent pour critiquer une réglementation favorisant essentiellement les diffuseurs et les grosses sociétés de production au détriment de la production indépendante. Trois grands phénomènes sont à l'œuvre dans cette évolution :

- La transition de l'analogique au numérique va démultiplier l'offre télévisuelle, jusqu'à 40 chaînes nationales et plus de 80 chaînes régionales. Sans compter les 1200 chaînes locales dont les licences ont été accordées en 2009 ! Cette explosion ouvrira certes des débouchés nouveaux pour les producteurs indépendants, mais il s'agit clairement de marchés de niches pour de très petites productions ;
- La concentration des groupes audiovisuels est en marche. Telecinco (Groupe Mediaset, Italie) a absorbé récemment la chaîne La Cuatro (détenue précédemment par le groupe PRISA) ; Antena 3 et La Sexta se sont rapprochées. Même si les chaînes poursuivent leur activité de diffusion séparément, chacune sous sa propre marque, ces regroupements impliquent des changements pour l'industrie des programmes. Le pouvoir des grandes sociétés de production partiellement détenues ou proches des chaînes s'en trouvera augmenté ;
- Par ailleurs, depuis janvier 2010, les chaînes publiques TVE1 et La 2 vivent sans ressource publicitaire. Il semble que les conditions de production doivent s'en trouver durcies pour les producteurs indépendants qui, face à une réduction des commandes du secteur public, devront se tourner vers les chaînes privées qui imposent des conditions plus dures sur la détention des droits ;

2.3.3. Une faible circulation des droits

Les œuvres circulent peu, hormis au sein d'un même groupe et entre les chaînes régionales publiques, associées dans la FORTA. Mais la télévision de rattrapage et la V&D deviennent de nouvelles opportunités. Si une œuvre est un succès d'audience, elle sera diffusée sur une chaîne numérique et en catch up.

Alors que la circulation des droits est restée inerte depuis des décennies, il semble que l'avènement de nouveaux supports numériques et de chaînes nouvelles pourrait accroître la circulation des œuvres

Cependant, il reste plusieurs obstacles à une meilleure circulation des droits :

- La forte demande de programmes non espagnols par les téléspectateurs. Les recommandations de la directive SMA sur les quotas européens seraient constamment violées par les diffuseurs publics ;
- Le faible intérêt des producteurs indépendants pour la valeur de leur catalogue. En effet, leur préoccupation première est le financement initial et ils s'occupent peu de la circulation de leur catalogue ;
- La stratégie des chaînes vis à vis de leurs concurrents les conduit à imposer des contrats peu équitables aux producteurs en prenant des droits de diffusion de longue durée (jusqu'à 10 ans) et malmener les œuvres, soit en diffusant et rediffusant le programme quitte à le « brûler », soit en le laissant « dormir sur les étagères » ;
- L'inexistence d'un secteur actif de distribution indépendante conduit un grand nombre de catalogue à sommeiller ;

- L'apparent manque de dynamisme des services de distribution intégrés des chaînes.

Au sein de cette faible circulation, c'est l'animation qui circule le mieux suivie des séries télévisées et des fictions, puis des documentaires :

- L'animation 3D se vend mieux que la 2D ;
- Les documentaires unitaires ou de création se vendent moins bien que les séries documentaires de 52'.

La crise économique ne devrait pas arranger la situation en conduisant à une réduction de la production inédite et des achats au profit des rediffusions, moins coûteuses. Les sociétés de production indépendantes se concentreront encore davantage sur le financement initial plus que sur la vente sur le marché secondaire qui apporte, quand elle le fait, un montant assez marginal.

2.4. Conclusion

A l'issue de cette plongée dans les paysages audiovisuels et les problématiques de circulation des « œuvres » en Allemagne, au Royaume-Uni et en Espagne, plusieurs conclusions émergent :

- Dans ces trois pays, on ne trouve pas trace, dans la réglementation, des notions d'œuvre de patrimoine, ni d'œuvre audiovisuelle. Seules existent les notions d'œuvre nationale et de production originale ;
- En Allemagne et au Royaume-Uni, même sans quotas de production et de diffusion, les chaînes ont une forte (plus grande qu'en France) production de fiction, d'animation et de documentaires nationaux ;
- La production interne aux chaînes est, dans chacun de ces pays, relativement importante ;
- Les chaînes hertziennes historiques concentrent encore, comme en France, la majorité des investissements initiaux dans les fictions ;
- Les diffuseurs détiennent des droits importants en contrepartie d'un apport financier initial majoritaire (jusqu'à 100% auquel s'ajoute la marge du producteur), mais cet apport connaît un mouvement de baisse, principalement en raison de la crise ;
- Selon les pays, l'exploitation secondaire des œuvres est limitée ou très faible, hormis entre les chaînes d'un même groupe. Les œuvres circulent mais les droits ne circulent pas ;
- La préservation des « marques fortes » est une pratique existante dans chacun des trois pays ;
- Avec la crise, la préoccupation majeure des producteurs se porte sur le financement initial des œuvres et sur la baisse actuelle du prix d'acquisition par les diffuseurs ;
- Enfin, avec l'évolution des modes de consommation, la circulation des programmes et la détention des droits sur les nouveaux supports numériques deviennent des enjeux stratégiques dans les négociations entre les acteurs.

3. ANALYSE DE LA CIRCULATION DES DROITS ET DES ŒUVRES EN FRANCE

Trois points principaux sont étudiés dans cette seconde partie. En premier lieu, quelle est la position des différents intervenants du secteur, auteurs, producteurs, distributeurs et diffuseurs, sur la circulation, quels sont pour eux les grands points de satisfaction et de difficultés ? En second lieu, quelles sont les spécificités de la circulation des différents genres d'œuvres, fiction, documentaire et animation ? Enfin, quelle forme prendra la circulation des œuvres à l'avenir, compte tenu des besoins des chaînes en achat d'œuvres pour satisfaire leurs quotas ?

3.1. La nouvelle donne réglementaire

Suite à la mission confiée à MM. Kessler et Richard quatre séries d'accords ont été conclus entre les diffuseurs et les organisations professionnelles représentatives de l'industrie audiovisuelle (auteurs et producteurs).

Une première série d'accords a été conclue par les chaînes « historiques » (TF1, France Télévisions, Canal+ et M6) à l'automne 2008. Afin que ces accords puissent s'appliquer dès l'année 2009, le décret n° 2009-1271 du 21 octobre 2009 a modifié les décrets n° 2001-609 du 9 juillet 2001 applicable aux chaînes hertziennes analogiques gratuites et n° 2001-1332 du 28 décembre 2001 applicable aux chaînes hertziennes analogiques cryptées. Deux autres séries d'accords ont été conclus en octobre 2009 par les chaînes de la TNT gratuite et celles du câble, du satellite et de l'ADSL. Enfin, une dernière série d'accords a été négociée en février 2010 pour les chaînes de la TNT payante.

Sur la base de ces accords ont été élaborés deux décrets :

- le décret n° 2010-416 du 27 avril 2010 abrogeant le décret n° 2002-140 du 4 février 2002 applicable aux chaînes du câble, du satellite et de l'ADSL;
- le décret n° 2010-747 du 2 juillet 2010 applicable à l'ensemble des chaînes hertziennes (chaînes historiques et chaînes de la TNT), abrogeant les décrets analogiques de 2001 précités.

Les principales évolutions de la réglementation portent sur :

- la réduction du montant total de l'obligation d'investissement dans la production audiovisuelle, pour les chaînes hertziennes, elle passe de 16% à 15%, voire 12,5 % lorsque les dépenses sont entièrement réalisées dans la production d'œuvres patrimoniales. Pour les chaînes du câble, satellite, ADSL, elle passe de 16 % à 14 % voire à 12 % lorsque le diffuseur a conclu un accord professionnel ;
- la création d'un sous-quota d'investissement dans les œuvres patrimoniales fixé à 10,5 % ou 8,5 % pour les chaînes du câble, satellite, ADSL ;
- la prise en compte de différents paliers liés au chiffre d'affaires des services de télévision ;
- la prise en compte de l'évolution des chiffres d'affaires des services de télévision, tant à la hausse qu'à la baisse, pour le respect annuel des obligations ;

- la possibilité de mutualiser les investissements au niveau d'un groupe audiovisuel ;
- la négociation gré à gré des droits cédés entre les chaînes et les producteurs et ayants droits ;
- l'intéressement aux résultats d'exploitation de l'œuvre lorsque le diffuseur a contribué de manière substantielle à son financement ;
- la simplification des critères d'indépendance recentrés sur les liens capitalistiques entre le producteur et le diffuseur.

En parallèle la réglementation relative au respect des obligations de diffusion des œuvres audiovisuelles par les chaînes de télévisions est inchangée : respect sur la totalité du temps consacré annuellement à la diffusion des œuvres audiovisuelles d'un minimum de 40% d'œuvres d'expression originale française et 60% d'œuvres européennes tant sur l'ensemble de la journée qu'aux heures de grande écoute (horaire définis individuellement pour chaque chaîne dans sa convention).

3.2. La position des différents acteurs

Nous présentons dans cette partie une synthèse des positions des principaux acteurs impliqués dans la circulation des œuvres et des droits, telles qu'elles ont été exprimées lors des entretiens.

3.2.1. Créateurs

Les auteurs (scénaristes et réalisateurs) sont intéressés financièrement à la circulation des œuvres puisqu'une partie de leur rémunération provient de la diffusion de leurs œuvres²¹ : plus elles sont diffusées, plus ils sont rémunérés. En effet, le mécanisme de gestion collective attribue à chaque diffusion, dans le respect du principe de rémunération proportionnelle à l'exploitation, un nombre de points²² selon un barème qui prend en compte, entre autres, l'audience de la chaîne et la tranche horaire. La valeur du point est évaluée chaque année en fonction de la totalité des rémunérations versées par tous les exploitants. La rémunération de l'auteur correspond à la valorisation financière du cumul des points acquis.

La rémunération versée par le producteur (sous forme de prime d'inédit, de minimum garanti sur l'œuvre à valoir sur les rémunérations proportionnelles) est rarement source de rémunération supplémentaire²³. La circulation des œuvres a très peu d'effet sur cette partie de leur rémunération.

Plus l'œuvre est exposée, plus elle est vivante. Les auteurs sont donc demandeurs d'un maximum de fluidité mais sous réserve que celle-ci n'altère pas l'attractivité de l'œuvre et le financement de la production inédite. Les rediffusions ne doivent pas se substituer à la production inédite qui est vitale pour la création.

²¹ Elle représente jusqu'à 50% de la rémunération des scénaristes, et une part beaucoup moins grande pour les réalisateurs qui pour leur part perçoivent un salaire en plus de leurs droits d'auteurs.

²² Chaque système de gestion collective se donne un barème officiel définissant la valeur des points en fonction notamment du type d'œuvre, de sa durée, de l'audience de la chaîne diffusante, de la tranche horaire, etc.

²³ Au vu des taux et des conditions de reversement actuellement en vigueur.

3.2.2. Producteurs

La préoccupation principale du producteur d'œuvres audiovisuelles patrimoniales est le financement initial des œuvres qui reste majoritairement le fait des chaînes historiques.

La circulation de son catalogue, dont il ne retrouve les droits que trois à quatre ans après la livraison de l'œuvre, lui apporte des fonds qui apparaissent comme marginaux au regard du coût de la production initiale. Il serait pourtant pertinent de considérer cet apport comme un montant financier absolu, surtout si, dans son portefeuille, figurent des séries avec un nombre d'épisodes important. La vente de 100 épisodes de 52' ou 90' à 20 K€ par épisode génère un apport de 2 M€, ce qui n'est jamais une somme marginale. Cependant, au vu de la situation financière de beaucoup de producteurs, les revenus de la circulation des œuvres assurent la couverture des frais généraux de la société²⁴ alors qu'ils devraient, dans l'idéal, abonder plutôt dans le financement du développement des œuvres et de l'entreprise.

Pour la fiction « de soirée »²⁵, le montant de la cession des droits de diffusion sur les chaînes de complément est marginal en comparaison du coût de production (10 à 25 K€ vs 1,5 à 2 M€). Par suite, si les chaînes de complément sont partenaires au financement de la production initiale, en contrepartie des droits de diffusion après la 1^{ère} fenêtre ou en parallèle des droits de diffusion de la chaîne principale primo-diffuseur, c'est plus pour des raisons de bonnes relations entre groupes audiovisuels²⁶ que pour des raisons financières. En effet, le producteur préfère n'avoir qu'un seul diffuseur participant au financement initial plutôt que d'avoir à gérer un pool de diffuseurs.

Pour la revente des droits, le producteur préfère une vente au diffuseur primo-diffusant, surtout si la série continue en production. Par cette exclusivité, il cherche à assurer une qualité de relation avec le diffuseur, bénéfique au financement de la production des épisodes à venir. C'est la raison pour laquelle, dans les derniers accords, certains producteurs²⁷ ont préféré accorder plus de droits aux diffuseurs en contrepartie d'un meilleur financement de l'œuvre (nombre de diffusions accru pour des durées de droits plus longues).

Pour les documentaires et l'animation, l'apport des chaînes de complément au financement de la production, est proportionnellement plus important que pour la fiction²⁸ :

- Dans le documentaire²⁹ le financement initial est, en général, assuré par l'apport en pré-achat ou coproduction d'une chaîne en clair, d'une chaîne thématique et du compte de soutien. La répartition des droits et des fenêtres s'organise avant la production entre ces chaînes ou les groupes correspondants;
- Dans l'animation, la circulation s'organise lors du financement initial qui est presque toujours une coproduction internationale. Les droits cédés par les producteurs sont plus importants en nombre de diffusions et souvent en durée. L'apport des chaînes payantes représente un tiers de l'apport des chaînes hertziennes et, en conséquence, elles sont

²⁴ Le poste « marge du producteur » est traditionnellement inexistant sur les devis de production en France, la vente des droits de rediffusion est souvent une part importante de la marge « officielle » du producteur.

²⁵ Œuvre audiovisuelle, généralement de format 90' ou 52', dont la 1^{ère} première diffusion inédite est en 1^{ère} première partie de soirée sur une chaîne historique.

²⁶ Un groupe historique peut souhaiter mettre en avant une ouverture aux diffuseurs indépendants en acceptant leur participation ponctuelle. Deux diffuseurs ayant des images de marques et des publics cibles complémentaires peuvent avoir intérêt à apparaître partenaires (exemple NRJ 12 et Arte pour *Les invincibles*).

²⁷ Il s'agit des producteurs représentés par l'USPA.

²⁸ 30% vs 15% pour la fiction pour la production inédite (source : *la production audiovisuelle aidée 2008 – CNC – juillet 2009*).

²⁹ 2225 heures aides en documentaires en 2008 selon le bilan de la production aidée 2009 du CNC.

partenaires d'un tiers du volume horaire initié par ces dernières³⁰.

Au global, tous genres d'œuvres confondus, on peut estimer que 50% du volume annuel de production³¹ connaîtra une exploitation secondaire à l'expiration des droits, au vu du succès des séries, souvent par rachat des droits de diffusion par les chaînes partenaires de la production initiale.

3.2.3. Distributeurs

Il est le principal acteur de la circulation des œuvres audiovisuelles. Sa rémunération est fonction du nombre et du montant des ventes qu'il réalise. La cession des droits de diffusion en France des œuvres audiovisuelles domestiques ne représente, à côté de la vente à l'international, qu'une partie de son activité³².

Le distributeur a parfois des intérêts divergents de ceux du producteur qui en contrepartie d'un financement initial plus important préfère :

- céder un maximum de droits. Et ce, aussi bien en France qu'à l'étranger en cas de coproduction internationale;
- voire céder les droits de distribution à la filiale du diffuseur principal primo-diffusant.

Il est demandeur d'une accélération de la circulation des œuvres considérant « qu'un produit audiovisuel qui n'est pas diffusé perd de la valeur ». C'est pourquoi, il est demandeur :

- de la récupération des droits de diffusion³³ après la dernière diffusion acquise par le diffuseur et non à la fin de la fenêtre de droits,
- d'empêcher le gel des droits.

De même, il préfère parfois organiser une diffusion sur une chaîne cryptée entre deux diffusions sur des chaînes en clair, même pour une courte période plutôt qu'une mise au repos du produit audiovisuel.

Du point de vue du distributeur, la circulation des documentaires n'est pas simple. En effet, peu de collections de documentaires existent et la vente en package de programmes unitaires ou en nombre réduit d'épisodes (2 à 4 au maximum), coûteuse en temps et négociation commerciale, se pratique peu, d'autant plus qu'elle couvre rarement les frais de constitution.

Pour l'animation, le producteur est en général son propre distributeur. Il décide du bon équilibre entre la production initiale internationale et la cession des droits des diffusions ultérieures (en général sept ans après la première diffusion).

³⁰ En 2008 : 118 heures dont 45 heures initiées pour 211 heures initiées par les chaînes hertziennes (source : *la production audiovisuelle aidée 2008* – CNC – juillet 2009).

³¹ 351 heures aidées en 2009, le volume annuel traditionnel est toujours aux environs de 300 heures (source : *la production audiovisuelle aidée 2009* – CNC – avril 2010).

³² Par exemple : en 2009, France Télévisions Distribution, 2001 Audiovisuel et M5 Europe Images International ont réalisé, chacun, un chiffre d'affaires d'environ 6 à 7 M€ avec les diffuseurs français. Il ne s'agit pas exclusivement de cession de droits d'œuvres patrimoniales françaises, mais de l'ensemble de leur catalogue.

³³ Eventuellement après un court délai (entre un et trois mois).

3.2.4. Diffuseurs

3.2.4.1. Les chaînes historiques

Les chaînes historiques considèrent qu'elles sont les principales, voire les seuls bailleurs de fonds, de la production initiale et que leur rôle est majeur, tant pour le financement que pour l'exposition, la notoriété et le succès de l'œuvre. En conséquence, elles souhaitent conserver l'exclusivité de diffusion des œuvres dont elles sont les primo-diffusants aussi longtemps que cela est utile pour leur antenne et maîtriser totalement les diffusions connexes (principalement pour la fiction de soirée et les « marques fortes »)³⁴. D'où leur défense de la pratique des droits de premier et dernier refus.

Historiquement, les chaînes hertziennes considéraient que la diffusion d'une « marque forte » sur une chaîne de complément même auprès d'un public circonscrit était une perte de statut pour la série. Par suite, elles n'hésitaient pas à racheter les droits de diffusion des saisons arrivées en fin de droit sans pour autant les rediffuser. Deux principales raisons à ces pratiques :

- empêcher (geler) la programmation sur d'autres chaînes;
- apporter au producteur, de fait, un financement complémentaire à la production des saisons en cours, sans augmenter sensiblement leur apport sur ces nouveaux épisodes.

Avec la mise en place de la mutualisation, les chaînes historiques pourraient étendre ces pratiques à l'ensemble des chaînes du groupe. Les « marques fortes » devraient rester en diffusions exclusives au sein du groupe de la chaîne primo-diffusante. D'autant que les assouplissements réglementaires n'obligent plus la précision des fenêtres de droits sur les différentes chaînes pour les contrats de production initiale.

Pour les documentaires, elles sont plus ouvertes au partenariat avec des chaînes non historiques pour le financement de la production et à un partage des droits de diffusion, puisque les budgets de production des œuvres sont plus faibles, que leur apport est moindre et que les programmes ne sont pas aussi emblématiques³⁵ que la fiction, à l'exception des documentaires de « prestige » diffusés en première partie de soirée.

Pour l'animation, les chaînes historiques sont obligatoirement plus ouvertes au partenariat et à la circulation des œuvres, compte tenu de la spécificité de l'organisation du financement et de la production du genre.

³⁴ Série à forte notoriété qui a rencontré le succès auprès du public pendant plusieurs saisons et dont le nombre d'épisodes est supérieur à une vingtaine.

³⁵ Le nombre de documentaires diffusés en 1^{ère} première partie de soirée est très inférieur à celui des fictions.

3.2.4.2. Les chaînes gratuites de la TNT

Les chaînes de la TNT gratuite sont dans la position la plus fragile face à la production et à la circulation des œuvres. En effet, elles doivent respecter d'une part des obligations de diffusion (quotas sur l'ensemble de la journée et les heures de grande écoute) et d'autre part, dès 2010, des obligations d'investissement dans la production qui sont équivalentes à celles des chaînes payantes, tout en ayant des chiffres d'affaires encore modestes (10/15 M€ pour les plus petites, contre 40/50 M€ pour les chaînes payantes). En outre, leurs objectifs d'audience demandent une qualité des productions ou des acquisitions très élevée par rapport à leurs budgets.

En ce qui concerne la production, elles devront, à partir de cette année, investir une partie de leur chiffre d'affaires dans des œuvres audiovisuelles de patrimoine, auprès de producteurs indépendants. Au regard des sommes investies par les diffuseurs historiques, leur apport est très faible et ne leur permet pas de financer seules une fiction. Les diffuseurs historiques ne sont pas désireux de partager avec des concurrents³⁶ la diffusion de fictions dont ils assurent l'essentiel du financement, l'exposition et la notoriété. Pour la fiction, il n'existe quasiment aucune coproduction assurée par plusieurs chaînes non membres d'un même groupe³⁷. Même si ces chaînes de la TNT gratuite pouvaient financer un téléfilm (coût de production 1,5/2 M€) il ne serait pas raisonnable économiquement d'investir 5% de leur coût de grille annuel sur une seule soirée. Enfin, ces chaînes investissent peu dans les documentaires³⁸ et pas dans l'animation³⁹.

Compte tenu des difficultés à investir dans la production inédite en œuvres patrimoniales, ces chaînes sont surtout actives sur le marché du rachat des droits de diffusions. Leurs objectifs d'audience, notamment sur les tranches horaires des heures de grande écoute (avant-soirée, première et seconde parties de soirée) ne sont compatibles qu'avec la diffusion de « marques fortes »⁴⁰. Si, en théorie, le volume horaire de fictions disponibles sur le marché est important, celui des « marques fortes » est beaucoup plus réduit⁴¹.

Le respect des quotas est une contrainte importante pour les chaînes de la TNT gratuite, qui achètent à un prix élevé des œuvres françaises qui ne font pas le plein d'audience sur les tranches horaires à fort potentiel. Les chaînes affiliées à un groupe historique ne devraient pas connaître de difficultés à accéder aux « marques fortes » ; mais pour les chaînes indépendantes, l'augmentation des montants qu'elles doivent investir en œuvres patrimoniales pourrait se traduire par une forte augmentation de leurs prix unitaires d'acquisition.

³⁶ Concurrents aussi bien de la chaîne historique et des filiales.

³⁷ Rare exception entre Arte et NRJ12.

³⁸ Même si le volume a doublé entre 2008 et 2009 (122 heures), principalement NRJ12 et France 4 (source : *La production audiovisuelle aidée en 2009* – CNC – avril 2010).

³⁹ A l'exception de Gulli : 16 heures en 2009 (source : *La production audiovisuelle aidée en 2009* – CNC – avril 2010).

⁴⁰ Même si ces chaînes ont diffusé en 2008 279 téléfilms unitaires en 2008, ce format n'est plus compatible avec l'évolution de leurs grilles de programmes en 2010.

⁴¹ Voir paragraphe 3.2.1

3.2.4.3. Les chaînes payantes de complément

Chaînes thématiques documentaires

Les chaînes thématiques sont présentes dès le financement de la production sous forme de préachat ou de coproduction. Elles possèdent des droits de diffusion cryptée (en général deux à trois multidiffusions) pendant la période des quarante-deux mois de la première fenêtre des droits de diffusion en clair, organisés en alternance avec les diffusions de la chaîne en clair, en général avec un début des droits un an après la première diffusion en clair. Dans le cas d'un documentaire initié par la chaîne et dont elle détient la première fenêtre, des chaînes en clair peuvent être associées et diffusent peu de temps après la diffusion cryptée.

Le volume annuel de production des documentaires est suffisant pour assurer les besoins des diffuseurs (il y a peu d'acteurs sur le marché) et le second marché des ventes des droits à l'expiration de la fenêtre des quarante-deux mois liés au préachat est quasiment inexistant car les chaînes ne sont pas en manque de programmes.

Chaînes thématiques mini-généralistes et fiction

Elles sont soumises au respect des quotas de diffusion avec une définition des heures de grande écoute spécifique à chaque chaîne. Leur objectif est la diffusion de « marques fortes » à l'issue de leur diffusion sur les chaînes en clair. Les fictions anciennes de faible notoriété les intéressent peu car elles ne sont pas très attractives pour le public payant.

Les prix d'acquisition pratiqués par les chaînes thématiques fiction sont très faibles et ne seront pas amenés à augmenter puisque leur chiffre d'affaires et par suite leur budget, reste stable.

En revanche, elles n'ont pas besoin de participer au financement initial pour respecter leur obligation d'investissement en production inédite⁴². Ces chaînes considèrent que chaque année une ou deux « marques fortes » vont arriver sur le marché des droits cryptés par le jeu de la fin de leur production et que le renouvellement se fera naturellement.

Le second marché pour les droits cryptés existe :

- Les groupes de chaînes en clair qui n'ont pas de chaînes cryptées filiales ne peuvent acquérir les droits de diffusions cryptés et ceux-ci sont donc « sur le marché » au plus tard à la fin de la première fenêtre associée au financement initial (maximum de quarante-deux mois);
- L'évolution des engagements pris par le groupe TF1 en contrepartie de l'autorisation d'acquisition des chaînes TMC et NT1 de diffuser tous les droits acquis et de libérer les droits après la dernière diffusion acquise et non à la fin de la fenêtre de droits, assurent que le marché sera régulièrement renouvelé : les chaînes en clair et leurs filiales cryptées ne pouvant assurer la diffusion de la totalité des droits, même de « marques fortes ».

⁴² Elles satisfont à cette obligation, en général, par la production d'œuvres non patrimoniales ou de programmes courts.

Chaînes thématiques jeunesse payantes

Les chaînes sont généralement partenaires au financement initial et acquièrent des fenêtres de diffusion cryptée pour une durée et un nombre de diffusions importants. Le droit de suite leur permet d'être prioritaire pour le rachat des droits lorsque ces fenêtres de diffusion se referment.

La relation avec les chaînes en clair est bien organisée et cohérente avec leurs besoins d'autant que ces dernières ont un nombre d'heures de diffusion limité pour leurs programmes jeunesse⁴³.

3.3. La problématique selon les différents genres d'œuvres

3.3.1. Fiction

La fiction est, pour son diffuseur, le genre de programme le plus identitaire et celui dont la « durée de vie » est, avec l'animation⁴⁴, la plus longue. Cette partie analyse la situation actuelle et la situation à venir de la circulation des fictions, avec la mise en œuvre des nouveaux accords à travers les principaux points de débats qui ont pu apparaître entre les différents intervenants.

Rôle majeur des chaînes historiques

Les chaînes historiques sont pratiquement l'unique bailleur de fonds de la production de la fiction⁴⁵, pour la partie « apport des diffuseurs »⁴⁶.

En effet, la « fiction de soirée »⁴⁷ est financée par un apport très majoritaire des chaînes historiques. Les « fiction de journée »⁴⁸ en séries longues (plus de treize épisodes) sont aussi toujours initiées par une chaîne historique, à la différence des séries de journée à nombre d'épisodes limité (quatre à six) qui peuvent avoir une chaîne de complément comme diffuseur de référence. Seules les fictions de courte durée (« format court ») n'ont pas nécessairement besoin d'un apport des chaînes historiques⁴⁹. Mais si le succès est au rendez-vous et appelle la production d'un nombre très important d'épisodes (supérieur à vingt-six) les moyens financiers des chaînes de complément (gratuites de la TNT ou payantes) ne sont pas actuellement adaptés.

Avec les nouveaux accords et l'évolution de la législation, la notion de chaîne est remplacée par celle de groupe audiovisuel composé des chaînes ayant le même actionnaire. On parle de plus en plus de bouquet de chaînes affiliées à tel ou tel groupe, chaînes gratuites ou payantes. Quels sont les principaux changements qui devraient intervenir, dans les pratiques comme dans les rapports de force ?

⁴³ Même si Gulli est une chaîne en clair, ses pratiques de diffusion sont plus proches d'une chaîne cryptée que d'une chaîne généraliste historique.

⁴⁴ En effet les œuvres d'animation ont une durée de vie très longue voire plus longue que la fiction mais elles s'adressent à un public spécifique alors que la fiction vise un large public.

⁴⁵ En 2009 : 98% des apports des chaînes (source : *La production audiovisuelle aidée en 2009* – CNC – avril 2010).

⁴⁶ Nous ne traitons ici que de la partie apport des diffuseurs et donc nous n'évoquons pas les apports conséquents du CNC.

⁴⁷ Œuvre audiovisuelle, généralement de format 90' ou 52', dont la 1^{ère} première diffusion inédite est en 1^{ère} première partie de soirée sur une chaîne historique, avec un coût horaire supérieur au million d'euros.

⁴⁸ Séries de format 52' ou 26' dont la 1^{ère} première diffusion n'est pas en soirée et dont le coût horaire est inférieur à 500 K€, qualifiée aussi parfois de « fiction légère » par opposition à la « fiction lourde » dont le coût horaire est supérieur au million d'euros.

⁴⁹ 41 heures initiées par les chaînes historiques, dont 31 par M6 sur un total de 80 heures (source : *La production audiovisuelle aidée en 2009* – CNC – avril 2010)

Sauf engagement contraire des groupes⁵⁰, les investissements dans la production de fiction pourraient être mutualisés avec comme seuls critères la durée des droits de diffusion et le pourcentage du devis de production que représente l'apport du groupe (pré-achat et parts de coproduction). L'encadrement du nombre de diffusions et leur type (gratuite ou payante) qui étaient strictement réglementés (définition de la production indépendante) s'est sensiblement assoupli⁵¹. On peut envisager que les groupes vont acquérir un nombre maximal de diffusions de tous types, dans le respect des textes signés, afin de conserver le plus longtemps possible l'exclusivité et la maîtrise de l'exposition des séries qui ont vocation à devenir ou rester des « marques fortes »⁵².

L'obligation de « rendre » les droits après la dernière diffusion de la fenêtre, acceptée par certains groupes,⁵³ ne génère pas de réelles contraintes. Le nombre de diffusions acquises⁵⁴ permet (théoriquement) de conserver une diffusion « en suspens » jusqu'à la fin de la période de droits ou de ne l'exploiter qu'au terme de la fenêtre de droits. De même, l'obligation d'exploiter les droits acquis⁵⁵ ne pose pas de problèmes majeurs aux diffuseurs, même si elle constitue une évolution positive pour les producteurs et distributeurs.

Le droit de premier refus⁵⁶ pour le rachat de ces droits est reconnu par tous les acteurs comme un privilège légitime au diffuseur qui a accompagné le risque de la production d'une nouvelle œuvre. En revanche, le droit de dernier refus⁵⁷ apparaît comme une distorsion à la concurrence car les groupes primo-diffusants connaissent les termes des négociations commerciales des concurrents sans réciprocité. Le marché des droits de rediffusion ne semble donc pas équilibré. Ceci constitue un frein à la circulation des œuvres au-delà de la fenêtre liée au financement initial. Les chaînes non affiliées à un groupe ont le sentiment de « jouer le lièvre » et de perdre leur temps.

Le marché des droits de rediffusion est donc de fait sous la maîtrise des groupes historiques qui se renforcent par le jeu actuel de la concentration, notamment dans le segment des chaînes gratuites.

Évolution du volume de production

Le volume de production des œuvres patrimoniales inédites ne devrait pas nécessairement augmenter mais les groupes devraient investir plus dans un nombre plus réduit d'œuvres.

Bien qu'un sous-quota d'œuvres patrimoniales ait été introduit dans les nouveaux accords⁵⁸ par le jeu de la mutualisation, l'apport initial des diffuseurs pourrait augmenter et dépasser les 74% du budget constaté en 2009⁵⁹. Cette amélioration du financement de la production, possible grâce à

⁵⁰ Notamment, France Télévisions s'est engagé à maintenir une diversité des fictions en fonction des chaînes.

⁵¹ Ceux-ci sont éventuellement définis dans les conventions et le cahier des charges de France Télévisions.

⁵² Série à forte notoriété qui a rencontré le succès auprès du public pendant plusieurs saisons et dont le nombre d'épisodes est supérieur à une vingtaine.

⁵³ Obligation imposée à TF1 par le CSA dans le cadre des négociations pour l'acquisition de TMC et NT1.

⁵⁴ Bien supérieurs aux usages précédents selon les nouveaux accords.

⁵⁵ Obligation imposée à TF1 par l'Autorité de la concurrence dans le cadre des négociations pour l'acquisition de TMC et NT1.

⁵⁶ Pour notre propos c'est le droit prioritaire pour la chaîne qui a participé au financement de la production initiale de pouvoir racheter en premier les droits de diffusion à des conditions à négocier. Le producteur ne peut vendre les droits à une chaîne sans avoir demandé formellement à la chaîne qui détient le droit de premier refus si elle souhaitait racheter les droits.

⁵⁷ Le droit de dernier refus est aussi un droit prioritaire selon lequel le producteur ne peut vendre les droits de diffusion sans avoir demandé formellement une dernière fois à la chaîne si elle ne veut pas les acquérir aux conditions proposées par la concurrence et avoir reçu formellement le refus de la chaîne.

⁵⁸ 12,5% du chiffre d'affaires de l'année précédente pour le groupe TF1, 18,5% pour le groupe France Télévisions, 10,5% pour le groupe M6, de 6% à 10,5% pour les chaînes gratuites de la TNT.

⁵⁹ En augmentation par rapport à l'année 2008 (71,3%) source : *La production audiovisuelle aidée en 2009* – CNC – avril 2010.

l'augmentation du nombre de droits acquis en contrepartie, pourrait se concentrer sur le même nombre de programmes qu'actuellement tout en étant mieux financés. Les groupes préféreront réduire les risques en soutenant les œuvres les plus prometteuses, et en cas de succès les exposer sur l'ensemble de leurs chaînes.

L'exposition sur une chaîne historique (ce qu'on appellera « chaîne premium » après l'extinction de la diffusion analogique) est un gage de notoriété⁶⁰. La pratique usuelle qui va demeurer encore plusieurs années est :

- rencontre de la série avec le public sur une chaîne premium,
- exploitation secondaire sur les autres chaînes du groupe.

Les groupes devraient donc investir plus d'argent sur la production de séries à fort potentiel et exploiter les « marques fortes » sur toutes les chaînes du groupe. Même si certains groupes ont l'obligation de ne pas diffuser une même série sur plus de deux chaînes en clair⁶¹, celle-ci ne pose pas de problème majeur car l'expérience l'inexistence actuelle d'une telle pratique. L'essentiel de la concurrence devrait porter sur la production inédite et sur les rachats de droits de diffusion des « marques fortes ».

Séries en production et séries arrêtées

Le potentiel de circulation d'une fiction est différent si elle est toujours en production ou si elle ne l'est plus.

Pour une série toujours en production, l'ensemble des intervenants s'accorde à reconnaître la légitimité du groupe initiateur de l'œuvre à la maîtrise de la diffusion de tous les épisodes de la série.

À l'expiration de la fenêtre initiale de droits associée au financement de la production, le groupe est en général le seul acheteur des droits de rediffusion. Sa relation privilégiée avec le producteur, dont le principal objectif est le financement de la production des nouveaux épisodes, lui permet de négocier en position de force les conditions de rachat des droits de rediffusion. Etant donné le nombre de chaînes dans les groupes et la prise en compte de ces montants dans leurs obligations d'investissement en œuvres patrimoniales, l'exploitation de ces droits ne posera pas de problèmes. Un producteur n'aurait pas intérêt à créer une tension avec son principal bailleur de fonds pour réaliser un profit limité avec un de ses concurrents.

Si la série n'est plus en production (il n'y a plus de nouveaux épisodes inédits ni d'épisodes en cours de production) et si c'est une « marque forte »⁶², le groupe à l'origine de l'œuvre souhaitera conserver, au sein du groupe, le bénéfice de la notoriété qu'il a généré et rachètera les droits pour une exploitation sur la chaîne premium dans des cases de journée ou en soirée sur les chaînes non premium.

Par suite le second marché des droits de diffusion en clair devrait être principalement composé des épisodes des séries qui n'ont pas rencontré le succès ou qui sont plus anciennes (fin de production des derniers épisodes antérieure à plus de quarante-deux mois) et des téléfilms unitaires de plus de quarante-deux mois d'âge.

⁶⁰ Il est plus difficile pour les chaînes nouvelles de faire reconnaître la qualité d'une série ; des seuils de notoriété incitent le public à avoir confiance dans les programmes choisis par les chaînes historiques.

⁶¹ Obligation imposée à TF1 par l'Autorité de la concurrence dans le cadre des négociations pour l'acquisition de TMC et NT1.

⁶² Par exemple : *PJ*, *Navarro*, *Louis la brocante*, *Maigret*, *L'institut*, *Les Cordiers juge et flic*, *Joséphine aAnge gardien* ...

Acquisition par les chaînes non historiques

Jusqu'à présent les chaînes gratuites de la TNT non affiliées à un groupe historique ont trouvé sur le second marché les œuvres nécessaires à l'alimentation de leurs grilles de programmes.

Les téléfilms unitaires de bonne qualité de production qui n'étaient pas diffusés sur une chaîne en clair depuis longtemps ont réalisé des audiences conformes aux objectifs limités de ces chaînes « en devenir »⁶³. Mais aujourd'hui cette caractéristique n'existe plus, d'autant que ces chaînes pratiquent la multidiffusion⁶⁴. Le succès qu'elles connaissent les conduit à rehausser leurs objectifs d'audience. La réalisation de ces derniers les oblige à ne diffuser que des « marques fortes » récentes.

Il y a donc une incompatibilité entre les besoins des chaînes non affiliées⁶⁵ à un groupe historique, en terme de potentiel d'audience, et les fictions qui sont ou seront disponibles sur le second marché des droits de rediffusion en clair.

Pour les chaînes cryptées la situation actuelle devrait perdurer dans les années à venir. Les groupes historiques n'ont pas ou peu de chaînes filiales payantes qui ne peuvent diffuser l'ensemble des droits « libérés ». La diffusion sur ces chaînes ne génère qu'une audience limitée⁶⁶. Aussi, chaque année des « marques fortes » deviennent et deviendront disponibles sur ce marché⁶⁷.

L'évolution du droit aux recettes pour les chaînes primo-diffusantes, apportée par les nouveaux accords, devait faciliter le développement de ce marché.

Respect de l'obligation d'investissement dans les œuvres patrimoniales par les chaînes gratuites de la TNT

Les chaînes gratuites de la TNT vont se trouver face à une double contrainte :

- augmenter leurs investissements dans les œuvres patrimoniales proportionnellement à l'augmentation de leur chiffre d'affaires (entre 6,5% et 10,5%)⁶⁸
- respecter des quotas de diffusion d'œuvres audiovisuelles, notamment aux heures de grande écoute.

Le financement de la production inédite en « fiction de soirée », pour ces chaînes, n'est pas une solution pertinente tant sur le plan économique que sur le plan éditorial. Au regard des moyens financiers dont elles disposent, cela reviendrait à financer un nombre très réduit d'œuvres de soirée (deux ou trois téléfilms)⁶⁹ au succès d'audience très incertain⁷⁰, même s'il y existe parfois

⁶³ Elles ont diffusé 279 téléfilms unitaires différents en 2008.

⁶⁴ Par exemple : NT1 a diffusé 4 fois *Le rêve de Constance* en 2008, *Le bilinguisme* a été diffusé 5 fois sur NT1 en 2008 et 7 fois en 2009 et début 2010 sur Direct 8, *Et demain Paula* 7 fois sur TMC entre 2008 et 2009, Direct8 a diffusé 5 fois la mini-série *Montecristo* (4 épisodes) entre septembre 2009 et avril 2010

⁶⁵ Leurs besoins annuels sont de 720 heures de diffusions d'œuvres d'expression originale française aux heures de grande écoute.

⁶⁶ Un succès d'audience sur ces chaînes est toujours inférieur à 200.000 téléspectateurs. Les premières ont une part d'audience de moins de 1% sur un bassin de diffusion (câble et CanalSat via le satellite et l'ADSL) de moins de 30% du territoire national, soit moins de 0.3% de part d'audience nationale.

⁶⁷ Par exemple : la chaîne Jimmy a acquis les droits de diffusion cryptée de *Navarro*

⁶⁸ Selon les termes du projet de décret en cours d'élaboration

⁶⁹ Le montant que ces chaînes ont à investir en œuvres patrimoniales est entre 3 et 6 M€. L'apport horaire des chaînes historiques dans les téléfilms unitaires est entre 1,5 M€ et 2 M€, et dans les séries de 52' est entre 750 K€ et 1 M€ (source : *La production audiovisuelle aidée en 2008* – CNC – juillet 2009).

⁷⁰ Cf. remarque précédente sur la nécessaire exposition des nouvelles œuvres sur les chaînes premium

des bonnes surprises. Les chaînes n'ont pas les moyens d'initier de nouvelles séries avec un nombre d'épisodes (au moins 6 x 52' pour la première saison) conforme aux attentes et habitudes du public.

L'investissement dans des séries inédites de « fiction de journée » et/ou de feuilletons n'est pas non plus une solution économiquement viable puisque les coûts sont très supérieurs aux standards des cases de programmation correspondantes, principalement occupées par des séries étrangères ou des rediffusions d'anciennes séries. De plus, le risque d'audience est très important ; à l'exception de *Plus belle la vie* (France 3) toutes les chaînes historiques qui se sont essayées à ce genre ont connu des échecs⁷¹.

L'investissement dans des fictions de courte durée n'est qu'un expédient, éventuellement bénéfique sur le plan de la communication. Mais il n'y a pas de sens à investir une part importante du coût de la grille sur des programmes non diffusables en soirée et qui occupent un faible volume horaire de diffusion.

Ces chaînes doivent investir 13 à 14%⁷² du coût de leur grille en œuvres patrimoniales, il n'est pas économiquement pertinent d'investir un tel montant sur un faible volume horaire. C'est pourquoi l'essentiel de cet investissement se fera sous forme de rachat de droits de diffusion de « marques fortes ».

« Marques fortes »

Aujourd'hui, le nombre de « marques fortes » en France peut être estimé⁷³ à 40 dont 35 diffusables en première partie de soirée, ces dernières constituant un stock de 1394 épisodes qui représentent un total de 1123 « soirées »⁷⁴. Dans ce stock 13 marques (551 épisodes, 686 heures) circulent en dehors des groupes historiques, 13 marques (462 épisodes, 590 heures) ne circulent pas et 9 marques (381 épisodes, 543 heures) circulent exclusivement à l'intérieur des groupes historiques.

pour rencontrer le public

⁷¹ *Seconde chance* (TF1), *Cinq sœurs* (France 2), *pas de secrets entre nous* (M6)

⁷² En général le coût de la grille d'une chaîne gratuite est la moitié de son budget total

⁷³ Estimation et analyse Media Consulting Group à partir des catalogues actuels des distributeurs de programmes audiovisuels et de l'historique des grilles de programmes françaises.

⁷⁴ En considérant que deux épisodes de 52' constituent une soirée.

Les deux « marques fortes » de sitcom/feuilleton (*Plus belle la vie*, *H*) ne circulent qu'à l'intérieur des groupes historiques⁷⁵. Sur les trois « marques fortes » de programmes courts (1602 épisodes, 103 heures) seul *Un gars, une fille* circule (diffusion en access sur M6 depuis le moi de mai 2010 et aussi sur Téva). Le groupe M6 conserve l'exclusivité des deux autres *Caméra Café* et *Kaamelot*.

Fictions « marques fortes »				
Format		Nb.	Nb. épisodes	Production annuelle 2009
Fiction de soirée 90'	Non circulant	7	256	47 ép.
	Circulant groupe	6	324	
	Circulant	9	271	
Fiction de soirée 52'	Non circulant	6	206	117 ép.
	Circulant groupe	3	57	
	Circulant	4	280	
Sitcom / Feuilleton	Non circulant			464 ép.
	Circulant groupe	2	1586	
	Circulant			
Format court	Non circulant	0		80 heures
	Circulant groupe	2	1116	
	Circulant	1	486	

Source : Media Consulting Group

Les besoins des chaînes historiques et des quatre chaînes en clair (France 4, W9, TMC et NT1) affiliées à ces groupes historiques suffisent à l'exploitation de ce « catalogue ».

La production annuelle en 2009 de fiction de soirée a été de 424 heures⁷⁶ dont 237 heures de téléfilms unitaires ou mini-séries. Toutes ces œuvres ne devraient pas devenir des « marques fortes » et on peut anticiper qu'au mieux 50% rencontreront un succès durable, soit environ 120 heures de téléfilms unitaires et 95 heures (25 épisodes de 90' et 57 épisodes de 52') de « marques fortes ». L'évolution du stock de « marques fortes » ne devrait donc pas connaître une croissance forte.

Les chaînes dont les programmes vont évoluer sont les chaînes de la TNT

La simulation sur la base des grilles actuelles des chaînes gratuites de la TNT montre que les chaînes « indépendantes » devraient être dans l'obligation :

- soit de diminuer le volume d'œuvres patrimoniales de fiction diffusées en raison d'une offre trop faible capable de répondre à leurs nouvelles exigences d'audience, mais avec une forte augmentation des prix d'acquisition puisque les montants à dépenser sont fixés (ils sont proportionnels à leur chiffre d'affaires);
- soit de maintenir les prix d'acquisition cohérents avec leur coût de grille mais diffuser en conséquence des œuvres incompatibles avec leurs objectifs d'audience;
- soit de prendre plus de risque d'audience⁷⁷. en faisant évoluer leur ligne éditoriale par la diffusion en soirée d'œuvres patrimoniales qui ne sont pas des fictions mais plutôt des documentaires de création.

Par suite, elles devront arbitrer entre objectif d'audience et objectif de rentabilité.

⁷⁵ L'actionnariat de France Télévision dans Gulli ayant permis à cette dernière de diffuser *Plus belle la vie*.

⁷⁶ Source : *La production audiovisuelle aidée en 2009* – CNC – avril 2010

⁷⁷ Le choix des sujets et des thématiques de ces documentaires devront être cohérents avec la ligne éditoriale de la chaîne.

L'effet prévisible devrait être que les sommes investies par ces chaînes, avec tous les risques et difficultés exposés ci-dessus, le seront au détriment de leurs investissements dans la production inédite indépendante d'œuvres non patrimoniales et de non œuvres qui constituent l'essentiel de leurs investissements actuels.

La concentration du secteur et la mutualisation des investissements par groupe pourraient :

- renforcer la circulation des « marques fortes » à l'intérieur des groupes (circulation des œuvres);
- augmenter la disponibilité sur le marché de produits peu attractifs pour les chaînes gratuites « hors groupes historiques »;
- ne pas accroître le nombre d'œuvres inédites produites mais améliorer leur financement initial;
- provoquer une tension sur les prix pour les quelques « marques fortes », les plus anciennes, qui seraient disponibles sur le marché des rachats de droits de diffusion (circulation des droits);
- réduire les investissements dans la production inédite des œuvres audiovisuelles non patrimoniales et des non œuvres;
- ne pas modifier le marché des droits de diffusion cryptée.

Cependant, la libération des droits après la dernière diffusion et l'obligation d'exploiter les droits acquis notamment en cas de rachat, comme s'y est engagé TF1 lors des négociations pour l'acquisition de TMC et NT1, semblent aller dans le bon sens. C'est à dire, si ce n'est dans l'amélioration de la circulation intergroupes, au moins dans la circulation intragroupe avec une meilleure valorisation des exploitations secondaires.

3.3.2. Documentaires

Le second marché des droits de diffusion de ce genre s'organise actuellement principalement entre les groupes France Télévisions et Canal+, d'un côté et les chaînes payantes documentaires de l'autre. Quelques chaînes gratuites de la TNT participent ponctuellement comme partenaires financiers à des reportages diffusés dans leurs magazines d'information⁷⁸. Ce marché est surtout actif lors du montage financier de la production inédite par le producteur.

Compte tenu du volume important de production inédite et de l'obsolescence des produits, le marché des droits de rediffusion est quasiment inexistant. Le nombre de diffuseurs intéressés par ces droits est réduit et leur capacité d'investissement est très faible⁷⁹. Le caractère unitaire ou le nombre trop limité des séries en épisodes rend coûteuse et difficile l'exploitation des droits de rediffusion par les distributeurs des œuvres documentaires.

Pour les documentaires de « prestige » à forte notoriété, la distribution des œuvres en DVD constitue un marché concurrent de celui des droits de rediffusion sur les chaînes de télévision.

Il existe cependant un second marché relativement actif : celui des reportages produits par les agences de presse ou les sociétés de production de magazines⁸⁰. Mais ces programmes ne sont pas tous des œuvres patrimoniales.

⁷⁸ Par exemple *90' enquêtes* (TMC), *Tellement vrai* (NRJ12).

⁷⁹ Le budget moyen des chaînes documentaires est de 8,4 M€, alors que celui des chaînes mini-généralistes ou fiction est de 17,8 M€ (source : *guide des chaînes numériques 2010 CSA*).

⁸⁰ Par exemple : Réservoir Prod, Angel

En conclusion, on peut dire que la circulation des documentaires est plus proche de celle des œuvres d'animation que des fictions. Les évolutions du secteur et de la législation ne devraient pas entraîner de modification notable de la circulation des œuvres documentaires.

3.3.3. Animation

Ce genre de programme se caractérise par :

- des coûts de production élevés⁸¹,
- une part de financement minoritaire des diffuseurs français⁸²,
- un financement sous forme de coproductions internationales,
- des fenêtres de diffusion longues associées au financement avec un nombre de diffusions important,
- deux chaînes historiques très majoritairement actives avec un volume de diffusion limité,
- neuf chaînes payantes avec des budgets assez faibles⁸³,
- un nombre très important de rediffusions sur des périodes très courtes⁸⁴.

Le second marché des droits s'organise lors du montage du financement de la production. Plusieurs chaînes en général, une chaîne gratuite et une ou plusieurs chaînes payantes, se répartissent les fenêtres de diffusion.

A l'expiration de ces fenêtres, souvent plus de cinq ans après la première diffusion, en fonction du succès et de la notoriété de la série, les chaînes rachètent les droits de rediffusion. Comme pour la fiction seule les « marques fortes » sont éligibles à ce marché.

Les évolutions du secteur et de la législation ne devraient pas entraîner de modification notable de la circulation des œuvres d'animation.

3.4. Perspectives d'évolution des besoins en investissement et conséquences sur la circulation des œuvres

Cette partie étudie, à travers une estimation réalisée sur le genre de la fiction, l'impact des nouveaux accords et de la mutualisation, sur les grilles et les investissements des chaînes de la TNT gratuite dans la production d'œuvres.

3.4.1. Champ de l'estimation

Les nouveaux accords ont introduit la notion de sous-quota d'œuvres audiovisuelles patrimoniales dans les obligations d'investissement des chaînes dans la production des œuvres audiovisuelles.

- 1) L'estimation se limite aux besoins en œuvres françaises (40% de l'assiette) sur les heures de grande écoute. En effet, les chaînes doivent respecter les quotas de diffusion mais les seuls qui sont critiques sont ceux relatifs aux heures de grande écoute qui nécessitent des produits à fort potentiel d'audience. Pour les quotas sur l'ensemble de la journée, les rediffusions de nuit ou tôt le matin ont toujours permis de les respecter. Les chaînes s'acquittent de leurs quotas européens (20%) en particulier grâce aux diffusions en avant-soirée de séries allemandes, anglaises ou espagnoles.

⁸¹ Coût horaire de 600,9 K€ vs 155,1 K€ pour les documentaires et 304,5 K€ pour les séries de fictions de 26' (source : *La production audiovisuelle aidée 2009* – CNC- avril 2010).

⁸² 27,8% vs 47,3% pour les documentaires et 74,2% pour la fiction (source : *La production audiovisuelle aidée 2009* – CNC- avril 2010).

⁸³ Budget moyen de 10 M€ (source : *guide des chaînes numériques 2010* CSA).

⁸⁴ Le jeune public n'est pas du tout déstabilisé par la rediffusion des épisodes de ses séries préférées, au contraire il « adore » revoir ses héros préférés dans des aventures qu'il connaît déjà.

- 2) L'analyse menée ici se concentre sur les seules chaînes de la TNT gratuite. En effet, nous pouvons considérer que :
- Les chaînes historiques satisfont à leurs obligations et qu'elles gèrent elles-mêmes leurs rediffusions. Il n'y a pas d'évolution notable à prévoir.
 - Les chaînes payantes gèrent leurs obligations en optimisant tous les passages des multidiffusions. Il n'y a pas d'évolution notable à prévoir. De plus, elles ont des définitions d'heures d'écoute significatives qui leur sont adaptées.
 - Seules les chaînes de la TNT gratuite devraient connaître une réelle augmentation de leurs investissements dans la production audiovisuelle en valeur et en qualité de programmes. Jusqu'à présent, elles remplissaient leurs quotas avec des fictions anciennes, principalement unitaires, mais cela ne devrait plus être suffisant au regard des nouveaux objectifs d'audience qu'elles se sont fixées pour les années à venir. Pour les heures de grande écoute, elles ont aussi investi dans des non œuvres qui leur permettent de réduire l'assiette des œuvres diffusées ou des œuvres non patrimoniales qui ont le même statut que les œuvres patrimoniales pour le respect de ce quota.
- 3) L'estimation se limite également aux seules œuvres de fiction :
- Nous laissons de côté le cas des documentaires, car ils sont peu diffusés aux heures de grande écoute. Cependant, reste l'ambiguïté de la qualification des reportages (cf. *Tellement vrai* (NRJ12), *90' enquêtes* (TMC), *Enquêtes d'action* (W9), *Génération reporters* (France 4), *Enquête inédite* (Direct8)) en documentaire ou non. Mais, du point de vue des diffuseurs, il s'agit plutôt de respecter le sous-quota de production d'œuvres audiovisuelles patrimoniales que le quota de diffusion. Nous considérons que chaque chaîne consacrerait une case hebdomadaire à ce type de programme en décompte de ses besoins en fiction. Sur le plan des volumes, la circulation des documentaires concerne principalement les chaînes payantes et non les chaînes gratuites de la TNT. Ces dernières pourraient être intéressées à diffuser une marque forte, mais nous pouvons considérer que c'est un substitut d'une fiction forte et le volume reste marginal.
 - La programmation des œuvres d'animation est spécifique et repose sur un nombre limité d'acteurs qui ont des obligations particulières. Par suite, la circulation de ce genre est spécifique et une simulation n'est pas pertinente. Il n'y a pas de réelle problématique de quota de diffusion aux heures de grande écoute (ou sur l'ensemble de la journée) et ce n'est pas critique.
- 4) Nous n'avons pas retenu Gulli dans le panel des chaînes étudiées en raison de la spécificité de ses heures de grande écoute : heures de grande écoute en journée avec la diffusion d'animation.
- 5) Nous limitons la simulation aux années 2010 et 2011 qui sont les premières de l'application des nouveaux accords ;

3.4.2. Méthode

Besoins en volume d'œuvres françaises

Considérant que les grilles actuelles des chaînes satisfont à leurs objectifs d'audience, nous les extrapolons pour les années 2010 et 2011.

Nous avons distingué les grilles de saison (septembre-juin, quarante-trois semaines) et les grilles d'été (juillet-août, neuf semaines).

Nous avons estimé les volumes diffusés par chaque chaîne en :

- œuvres patrimoniales,
- œuvres non patrimoniales,
- non œuvres.

La définition des heures de grande écoute étant différente selon les chaînes, nous avons réparti ces volumes par partie de journée :

- journée
- première partie de soirée
- seconde partie de soirée

et par jour :

- les jours de la semaine (lundi, mardi, jeudi, vendredi)
- le mercredi
- fin de semaine : samedi, dimanche.

En extrapolant le respect du quota de 40% d'œuvres françaises sur l'assiette annuelle du nombre d'œuvres diffusées aux heures de grande écoute nous avons évalué les besoins en volume annuel de chaque chaîne en œuvres françaises.

Investissements en œuvres patrimoniales françaises

Pour chaque chaîne nous avons estimé son chiffre d'affaires probable (ordre de grandeur) pour les années 2010 et 2011.

Nous avons évalué les montants des investissements en production sur les différents quotas pour chaque chaîne, sur la base de ses chiffres d'affaires et des pourcentages prévus dans le projet de décret⁸⁵ :

- investissement total
- investissement total si l'intégralité est réalisée en œuvres patrimoniales
- production patrimoniale
- production patrimoniale inédite si l'intégralité de l'obligation est réalisée en œuvres patrimoniales
- production indépendante
- production en œuvre non patrimoniale (valorisation à 75% du montant)
- production en non œuvre (valorisation à 50% du montant)

Nous avons estimé la répartition « optimale » pour chaque chaîne de ces montants sur la base de ses pratiques actuelles entre la production inédite en œuvres (patrimoniales ou non) et non œuvres et les rachats de droits de diffusion.

⁸⁵ La notion de production inédite n'a pas été prise en compte car elle est conventionnelle et la nouvelle rédaction des accords laisse une assez grande liberté aux chaînes pour le respecter

3.4.3. Les évolutions à prévoir

Les pratiques actuelles des chaînes gratuites de la TNT montrent qu'elles satisfont la grande majorité de leurs quotas dans la production inédite avec les non œuvres et les œuvres non patrimoniales⁸⁶. Leur investissement en production d'œuvres audiovisuelles patrimoniales peut donc être réalisé intégralement sous forme de rachat de droits de diffusions.

Pour les volumes horaires nécessaires au respect des quotas de diffusion aux heures de grande écoute, selon les chaînes, leurs besoins en œuvres audiovisuelles patrimoniales varient de zéro à 777 heures annuelles :

- deux chaînes n'ont pas besoin d'œuvres patrimoniales françaises aux heures de grande écoute : Direct8 et W9 ;
- trois chaînes ont des besoins limités (moins d'une heure quotidienne) : TMC, NRJ12, Virgin17 ;
- deux chaînes ont des besoins supérieurs à une heure quotidienne : NT1 et France4.

Pour les chaînes filiales de groupe, leurs investissements pouvant être mutualisés au niveau du groupe, l'impact de ces nouveaux quotas ne devrait pas entraîner de changements dans leurs pratiques actuelles, ni sur leurs prix d'acquisition des œuvres.⁸⁷

En revanche, les chaînes indépendantes, Direct8, NRJ12 et Virgin 17, seront prises entre deux feux :

- soit conserver le format de leur grille actuelle avec une forte augmentation des prix d'acquisition;
- soit acheter un volume plus important d'œuvres (sous réserve de les trouver sur le marché) aux prix actuel mais ne correspondant pas à leurs besoins tant sur le plan de l'audience que du nombre d'heures.

L'application du quota d'investissement de la production en œuvres patrimoniales à la totalité des chaînes généralistes de la TNT (hors chaînes « musicales »⁸⁸) laisse penser que, si aucune chaîne supplémentaire n'investit en production inédite d'œuvres audiovisuelles patrimoniales, le nombre d'épisodes de « marques fortes » à acheter chaque année restera le même : 728 (au coût actuel moyen de 25 K€) ou de 315 (coût horaire à 50 K€). Le nombre de « marques fortes » actuellement est de 35 pour un total « théorique » d'environ 1213 épisodes. La production annuelle est de 114 épisodes environ. Cependant, sous l'apparente compatibilité quantitative, le taux de rediffusion important pourrait se traduire par une usure prématurée des catalogues.

⁸⁶ Les chiffres de l'année 2009 du Bilan du CNC pour la production aidée traduisent parfaitement cet état puisque l'ensemble des chaînes de la TNT ont investi dans 5 heures pour un apport horaire de 134,6 K€ dans des productions à 244,7 K€ de coût horaire. En revanche, elles ont investi dans 122 heures de documentaires d'un coût horaire de 79,0 K€ et leur apport est de 32,4 K€.

⁸⁷ À noter que la nouvelle définition des heures de grande écoute pour NT1 acceptée par le groupe TF1, rend cette simulation inadaptée pour cette chaîne. De plus, la grille de la chaîne à la rentrée 2010 devrait être assez différente de la grille actuelle et il n'est pas possible de faire des hypothèses. Mais la chaîne devenant filiale à 100% du groupe TF1, les conséquences pour la chaîne seront limitées.

⁸⁸ W9, Virgin17

Pour Direct8 et NRJ12, chaînes indépendantes non musicales, l'application du quota d'investissement dans la production d'œuvres patrimoniales, s'il est exclusivement satisfait par les rachats de droits de diffusion de fictions, va se traduire par :

- Direct 8 : 126 heures achetées à 25 K€ ou 63 heures à 50 K€, et la création de une à deux cases hebdomadaires de fiction, alors qu'elle n'en diffuse quasiment pas actuellement;
- NRJ12 : 112 heures achetées à 25 K€ ou 26 heures à 50 K€, et la création de une à deux cases hebdomadaires de fiction, alors qu'elle n'en diffuse qu'une actuellement.

Face à ces nécessités, l'option la plus évidente pour ces chaînes est l'investissement dans la production inédite d'œuvres audiovisuelles de longue durée qui ne sont pas des fictions et qui sont diffusables en première partie de soirée, comme le sont les documentaires. Elles ont d'ailleurs déjà commencé à explorer cette voie avec des magazines d'actualité⁸⁹ composés de reportages (œuvres non patrimoniales).

3.5. Conclusion

La concentration des chaînes historiques et la mise en place d'une mutualisation des investissements dans les œuvres audiovisuelles, notamment de patrimoine, pourraient entraîner un renforcement de la circulation des œuvres au sein des groupes (par l'accroissement de la diffusion des « marques fortes » sur les chaînes du groupe auquel appartient le primo-diffusant).

La mutualisation pourrait accroître l'apport des diffuseurs dans le financement initial de la production et le rapprocher des normes identifiées dans le benchmark à l'étranger. Ceci justifierait la volonté des groupes de maîtriser la diffusion des « marques fortes ».

Pour les chaînes gratuites « indépendantes » cela pourrait entraîner :

- une tension sur les prix pour les quelques « marques fortes » disponibles sur le marché des rachats de droits de diffusion (circulation des droits);
- une réduction de leurs investissements dans la production inédite des œuvres audiovisuelles non patrimoniales et des non œuvres;
- un développement de leurs investissements dans les documentaires de création sous réserve que leurs formes, formats et sujets soient cohérents avec leur ligne éditoriale et leur public-cible.

Pour les chaînes cryptées, il ne devrait pas y avoir d'évolution notable.

La circulation des œuvres documentaires et d'animation, de par la spécificité des genres, notamment le financement de leur production initiale, ne devrait pas connaître de changement.

⁸⁹ *Tellement vrai*, sur NRJ12, *Présumé innocent*, *Enquête inédite* sur Direct8

4. CONCLUSION GENERALE

1. Dans les trois pays européens étudiés, la circulation des oeuvres au sein des groupes prédomine

Les trois pays européens étudiés, Allemagne, Royaume-Uni et Espagne, présentent des contextes différents de la situation française :

- les chaînes produisent elles mêmes une partie importante des programmes dont elles ont besoin ;
- les chaînes financent la quasi-totalité des coûts de production ;
- la notion d'œuvre patrimoniale n'existe pas ;
- il n'y a pas de cadre réglementaire avec des obligations d'investissements dans la production ou s'il existe il est beaucoup moins précis qu'en France ;
- il n'y a pas de limites sur les droits de diffusion acquis par les chaînes (nombre et durée).

Ils présentent toutefois un certain nombre de points communs :

- le développement des chaînes de la TNT y est bien avancé ;
- une organisation des plateformes de distribution des chaînes payantes avec satellite, câble et numérique terrestre ainsi qu'un nombre d'acteurs comparable ;
- un poids relatif des groupes des chaînes de télévision historiques peu différent⁹⁰;
- l'origine des œuvres et notamment le caractère domestique est pris en compte dans les obligations des chaînes même s'il n'est pas encadré par un quota spécifique.

Les enseignements de l'analyse de la circulation des œuvres, dans ces trois pays, sont que :

- les droits de ces trois types d'œuvres circulent peu ;
- les droits sont majoritairement acquis pour une durée longue sans limites sur le nombre de diffusions ;
- les chaînes à l'origine d'un programme à succès, qualifié de « marque forte », veulent en conserver la maîtrise ;
- ces marques circulent à l'intérieur des groupes de chaînes mais très rarement sur des chaînes d'autres groupes audiovisuels.

Une évolution récente, liée à la crise économique, fait apparaître que les diffuseurs cherchent à réduire le montant de leur investissement initial dans la production. Mais ils renoncent plutôt aux droits de diffusion sur d'autres plateformes de distribution (DVD, VoD, droits étrangers) qu'aux droits de rediffusion à la télévision, constitutifs de la marque d'une chaîne ou d'un groupe de

⁹⁰ même si un groupe comme TF1 avec une chaîne qui a dominé le marché avec plus de 10 points d'avance sur ses concurrents n'existe nulle part ailleurs.

chaînes. Grâce au fait que ces droits se sont constitués en un second marché mieux identifié qu'en France, élargissant les possibilités de la négociation et du montage financier, les diffuseurs peuvent baisser leur apport financier en laissant pour contrepartie aux producteurs l'exploitation et la vente de ces droits non télévisuels.

2. Principaux facteurs de la circulation des œuvres en France

En France, parmi les évolutions du cadre réglementaire, trois facteurs semblent pouvoir influencer sur la circulation des œuvres :

- la mutualisation des investissements dans la production audiovisuelle au niveau d'un groupe de chaînes;
- le sous-quota d'investissement en œuvres patrimoniales;
- la fin des droits de diffusion après la dernière diffusion et non à la date de fin de la fenêtre de droits.

La circulation de la fiction d'une part et celle des documentaires et de l'animation d'autre part sont très différentes :

- De par leur budget, mode de financement et apports des diffuseurs, la circulation des droits des deux derniers types est, en général, organisée lors de la production initiale dans laquelle interviennent un certain nombre de chaînes, tant historiques, gratuites que payantes.
- En revanche, le financement de la fiction est encore très majoritairement abondé par les chaînes historiques, qui, au regard de cet investissement, cherchent à conserver la maîtrise des « marques fortes » qu'elles ont initiées.

Pour bien appréhender la question de la circulation des œuvres patrimoniales, il a été nécessaire de poser la distinction entre la circulation des droits et la circulation des œuvres. On constate clairement une faible circulation des droits qui ne passent pas d'un diffuseur à l'autre et sont préemptés par le groupe de la chaîne primo-diffusante alors même que les œuvres circulent relativement bien, ne serait-ce qu'à l'intérieur des groupes. Cette circulation, si elle est régulière, génère du revenu pour les ayants-droits.

3. Les progressions les plus nettes porteront sur la TNT gratuite et le documentaire

Les chaînes susceptibles d'acquérir des droits sur le second marché⁹¹ sont dans des situations très différentes quant au respect de leurs obligations d'investissement dans la production d'œuvres audiovisuelles et leurs quotas de diffusion d'œuvres audiovisuelles.

Les chaînes payantes, dont le chiffre d'affaires et par suite les obligations d'investissement dans la production sont stables, ne devraient pas connaître d'évolution majeure par rapport à la situation actuelle quant à leur besoin en œuvres patrimoniales. Pour les documentaires et l'animation, les relations avec les chaînes historiques sont organisées depuis plusieurs années et ne génèrent pas de problèmes majeurs. Pour la fiction, même si ces chaînes sont en compétition entre elles pour l'acquisition des « marques fortes », le fait que la majorité des groupes historiques ne disposent pas de filiales chaînes payantes généralistes ou de fiction⁹², assure que chaque année une ou deux « marques fortes » vont arriver sur le marché des droits de diffusion cryptée et l'alimenter.

⁹¹ rachat des droits de diffusion après la fin de la fenêtre de droits acquises par la chaîne primo-diffusante en contrepartie de son apport

⁹² et que le nombre pourrait encore diminuer à l'extinction du signal analogique avec les canaux compensatoires de TF1, M6 et Canal+

En revanche, les chaînes gratuites de la TNT devraient connaître :

- une forte augmentation de leur chiffre d'affaires et par suite de leurs obligations d'investissement dans la production;
- la mise en place d'un quota d'investissement en œuvres patrimoniales, avec une progression par palier;
- une forte concurrence sur le marché de l'audience⁹³ notamment aux heures de grande écoute, auxquelles elles doivent respecter les quotas de diffusion.

La situation actuelle semble satisfaisante car elles ont rempli leurs obligations actuelles par :

- le rachat des droits de diffusion de téléfilms unitaires et de quelques « marques fortes » anciennes;
- la diffusion aux heures de grande écoute d'œuvres non patrimoniales;
- des montants d'investissements limités, parce que calculés sur des chiffres d'affaires en forte croissance⁹⁴, et principalement réalisés par le rachat des droits de diffusion;
- des investissements dans la production inédite principalement dans les non œuvres, les œuvres non patrimoniales ou les programmes courts et très récemment (2009) dans les documentaires.

Mais, la concentration actuellement en cours devrait avoir des conséquences différentes selon le statut capitalistique de la chaîne :

- les chaînes filiales d'un groupe historique devraient participer à la circulation des œuvres avec une exploitation renforcée au sein du groupe des « marques fortes » initiées par le groupe et avec une mutualisation des investissements ;
- pour l'instant les chaînes du groupe M6 ne mutualisent pas leurs investissements mais la logique groupe s'appliquera pour la circulation des œuvres;
- les chaînes indépendantes⁹⁵ devraient être confrontées :
 - à la réduction du marché des droits de diffusion en clair de « marques fortes » seules cohérentes avec leurs objectifs d'audience⁹⁶,
 - à l'obligation d'investir dans les œuvres patrimoniales une partie conséquente de leur chiffre d'affaires.

L'option la plus pertinente pour ces chaînes, puisque les coûts des fictions inédites ne sont pas compatibles avec leurs budgets actuels et à venir devrait être la production inédite des documentaires. Elles se sont déjà engagées dans cette évolution, même si une partie des reportages diffusés dans leurs magazines d'actualités sont, pour l'instant, des œuvres non patrimoniales.

⁹³ fondement des recettes publicitaires

⁹⁴ Le montant de référence (A-1) est décalé par rapport au coût de la grille de l'année en cours (A) surtout pour les premières années.

⁹⁵ Les groupes historiques ne souhaitent pas les faire circuler afin de ne pas aider les concurrents de leurs propres filiales, contrairement aux droits cryptées, marché sur lequel elles sont peu présentes.

⁹⁶ Les groupes historiques ne souhaitent pas les faire circuler afin de ne pas aider les concurrents de leurs propres filiales, contrairement aux droits cryptées, marché sur lequel elles sont peu présentes.

5. ANNEXE : Liste des personnes interviewées

Par ordre alphabétique, 29 entretiens

- Déborah Abramovitz, SACD, Directrice de l'Audiovisuel
- Marie Hélène Balconnet, Association Le Renard, Présidente, Eco média
- Karine Blouët, Groupe M6, Secrétaire Générale
- Nathalie Bobineau, FTD, Responsable des ventes France
- Thierry Desmichelles, SND, Directeur Général, Groupe M6
- Léonor Grandsire, 13^{ème} Rue, Présidente ; ACCeS, Secrétaire Générale
- Rémi Jimenez, M6, Directeur Adjoint des Acquisitions
- Stéphane Le Bars, SPFA et USPA Délégué Général
- Marie-Christine Leclerc-Senova, Scam, Directeur des Affaires Juridiques et Internationales
- Yann Le Prado, Direct 8, Directeur des Acquisitions
- Françoise Marchetti, NRJ12, Secrétaire Générale Pôle TV
- Christophe Marguerie, Telfrance, Président
- Richard Maroko, AB Groupe, Directeur des Programmes
- Emmanuelle Mauger, SPI, Déléguée Télévision
- Vincent Meslet, France Télévisions, Directeur de la Fiction
- Jacques Peskine, USPA, Délégué Général
- Guillaume Prieur, SACD, Directeur des Relations Institutionnelles
- Laetitia Reycate, 2001 Audiovisuel, Directrice Générale
- Pascal Rogard, SACD, Délégué Général
- Diane de Saint Mathieu, SEDPA, Déléguée Générale
- Guy Seligman, Scam, Président
- Catherine Schöfer, Téva, Directrice Générale Adjointe en charge des Programmes
- Franck Soloveicik, Europe Images, Président
- Laurence Souveton-Vieille, Groupe M6, Directeur des Productions Groupe
- Olivier Stroh, Groupe Canal+, Directeur des chaînes découvertes
- Camille Trumer, Studio Canal, Responsable des Ventes France
- Gérald Brice-Viret, NRJ12, Directeur Délégué Pôle TV
- Valérie Vleeshhouwer, AB DA, Directrice Générale
- Arnaud Xainte, Illégitime Défense, Gérant Producteur, Membre du SPI



Ministère
Culture
Communication