

Consultation de la Commission européenne sur le projet de Communication de la Commission concernant l'application aux services publics de radiodiffusion des règles relatives aux aides d'Etat.

Contribution d'EUROKINEMA

Le projet de communication visant à réviser la communication de 2001, relative à l'application aux services publics de radiodiffusion des règles relatives aux aides d'Etat, ne paraît pas pleinement satisfaisant, à plusieurs égards.

En application du Protocole d'Amsterdam, la communication de 2001 souligne le rôle démocratique, social et culturel de la radiodiffusion publique et reconnaît la compétence des Etats membres pour déterminer ses missions de service public et ses modes de financement, dans le respect du principe de subsidiarité.

La nouvelle communication ne doit pas ignorer le principe de subsidiarité. Chaque Etat membre adapte le financement de ses services publics de radiodiffusion aux besoins démocratiques, sociaux et culturels de la société, conformément au Protocole d'Amsterdam. Le rôle de la Commission ne peut donc être que limité (*limité au contrôle de l'absence d'erreur manifeste*). L'évaluation de la valeur démocratique, sociale et culturelle d'un nouveau service et de ses effets sur le marché doit être effectuée au niveau national. C'est pourquoi le test *ex ante* présente un double inconvénient : il peut constituer un frein à l'innovation d'une part, et son caractère intrusif risque de se heurter au principe de subsidiarité d'autre part. **En somme, l'intervention des institutions de l'Union européenne, lorsqu'elle est nécessaire, doit avant tout viser à soutenir les politiques culturelles des Etats membres.**

Par ailleurs, une révision de la communication de 2001 est souhaitable s'il s'agit de renforcer la possibilité pour les Etats membres d'**étendre la mission des radiodiffuseurs publics aux nouveaux services de médias**¹. Les nouvelles plateformes médiatiques, vecteurs désormais incontournables de la culture, doivent pouvoir être utilisées par la radiodiffusion publique². L'absence de services publics de radiodiffusion sur ces plateformes n'est pas souhaitable. Quant à la mise en place d'un contrôle renforcé de la conformité des nouveaux services avec le Protocole d'Amsterdam, cela semble peu justifié. L'approche pour les nouveaux services de médias ne doit pas nécessairement être entendue de manière plus restrictive. La numérisation ainsi que le phénomène de convergence rendent presque inopérante la distinction entre les nouveaux médias et les anciens. De plus, compte tenu de la dualité de la radiodiffusion en Europe (publique/privée), la radiodiffusion publique, en tant que service d'intérêt économique général, remplit sa mission d'intérêt général de manière complémentaire dans les nouveaux médias. Enfin, en assurant la diffusion de contenus sur ces nouveaux réseaux et médias, elle contribue à leur développement.

Les services de médias audiovisuels sont avant tout des services de contenus. Ainsi, **la radiodiffusion publique favorise la diffusion et l'accès à des contenus exclusifs, divers et de qualité. Les organismes publics de radiodiffusion investissent en outre dans la production européenne de programmes originaux en Europe. Promouvoir la diversité culturelle et linguistique et la créativité ainsi que veiller au pluralisme des médias demeurent les objectifs majeurs d'une radiodiffusion publique, dans les médias traditionnels comme sur les nouvelles plateformes médiatiques, et cela dans l'intérêt des citoyens européens.** Réaffirmer l'attachement de l'Union européenne au système de financement par l'Etat du service public de radiodiffusion

¹ Télévision numérique, télévision mobile personnelle, télédiffusion par Internet, vidéo à la demande.

² Voir la Recommandation CM/Rec(2007)2 du Comité des Ministres du Conseil de l'Europe aux Etats membres, sur la mission des médias de service public dans la société de l'information, adoptée le 31 janvier 2007. « *Les médias de service public devraient jouer un rôle particulier en matière de promotion de la diversité et des identités culturelles, y compris à travers de nouveaux services de communication et de nouvelles plateformes. A cet effet, ils devraient continuer à investir dans la production de contenus nouveaux et originaux, réalisés dans des formats adaptés aux nouveaux services de communication.* »

permet de garantir la contribution du secteur audiovisuel non seulement à la croissance économique, mais également à la diffusion de la diversité culturelle. Les nouveaux services en ligne représentent sans conteste un médium nécessaire pour rendre la diversité culturelle plus effective et pour diffuser des œuvres audiovisuelles européennes variées. L'avenir de la radiodiffusion européenne de service public dépend largement de sa réaction face aux évolutions technologiques et de sa présence dans les nouveaux médias.

Enfin, l'utilisation par la Commission de la notion de « market failure » pour évaluer la nécessité d'un recours au financement public pour le développement des services en ligne est critiquable. En effet, la référence à un marché défaillant est inadaptée voire étrangère à la mission de service public. Les missions de service public ne devraient pas être dictées par le marché. L'application de ce critère aboutit à une restriction de la notion même de service public. Si la notion de « market failure » est un indice envisageable, elle ne peut en aucun cas être un critère exclusif.

EUROCINEMA

14 janvier 2009