

Sophie Boudet-Dalbin

Mémoire de DEA sous la direction de Mme Anne-Marie Autissier

## **CINÉMA ET INTERNET :**

**ENJEUX SOCIO-ÉCONOMIQUES ET POLITIQUES**

**POUR L'UNION EUROPÉENNE DE**

**LA DISTRIBUTION DE FILMS PAR INTERNET**

DEA Construction européenne : enjeux géopolitiques, économiques et socioculturels

Institut d'études européennes, Paris VIII

Novembre 2004

## TABLE DES MATIÈRES

---

Introduction .....	3
Plan détaillé .....	9
Conclusion .....	12

### Première partie : INTERNET ET LA RÉVOLUTION NUMÉRIQUE

- Chapitre 1 : Bouleversements socioculturels
- Chapitre 2 : Bouleversements des échanges commerciaux
- Chapitre 3 : Bouleversements juridiques

### Deuxième partie : DISTRIBUTION DES FILMS PAR INTERNET

- Chapitre 1 : Distribution traditionnelle fragile
- Chapitre 2 : Distribution par Internet inadaptée
- Chapitre 3 : Le *peer-to-peer* comme source d'inspiration pour un réajustement des stratégies

### Troisième partie : RÔLE DE L'UE DANS LE SOUTIEN DE LA DISTRIBUTION NUMÉRIQUE DES FILMS

- Chapitre 1 : Nature et objectifs de la politique audiovisuelle européenne à l'ère numérique
- Chapitre 2 : Complémentarité entre le niveau européen et national
- Chapitre 3 : Évaluation et perspectives de l'aide à la distribution numérique de films

## INTRODUCTION

---

« Au lieu de dénoncer – tâche facile – la fin d'un monde, essayons de comprendre comment s'en élaborer un nouveau. »

FRANCASTEL Pierre, *Art et technique aux XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècles*, Paris : Éditions de Minuit, 1956, p. 10.

À des moments charnières de l'histoire, une invention capitale bouleverse l'ordre des choses, infléchit la trajectoire d'une société et enclenche un nouveau mouvement de longue durée. Les technologies de l'information et de la communication ainsi que la révolution numérique nous font entrer dans une nouvelle ère, dont la caractéristique centrale est le transport instantané de données immatérielles. « Internet constitue le cœur, le carrefour et la synthèse de la grande mutation en cours<sup>1</sup>. » Les autoroutes de l'information sont à l'ère actuelle ce que les chemins de fer furent à l'ère industrielle, de vigoureux facteurs d'impulsion et d'intensification des échanges. Les modes de fonctionnement de la société et de l'économie s'en trouvent bouleversés.

Depuis sa création voilà cent ans, la technique du cinéma a connu une remarquable longévité. Si des avancées majeures comme l'apparition du son ou de la couleur ont révolutionné ce média, la bobine de film argentique a toujours été son support de base. Avec l'arrivée d'Internet, le support filmique se dématérialise et les films s'échangent à travers le réseau. Dans ce contexte, le marché cinématographique européen acquiert plus d'importance que jamais en tant qu'élément déterminant d'une chaîne d'exploitation plus diversifiée. Devenu une réalité en Europe, Internet a ainsi fortement marqué l'environnement cinématographique. Si cette mutation est souhaitée transparente pour le spectateur, elle implique de profonds changements dans la chaîne de production, de distribution et d'exploitation des films.

Le cinéma est devenu l'une des formes artistiques les plus populaires du XX<sup>e</sup> siècle. Il joue un rôle considérable dans le développement et la transmission des valeurs sociales. Il influence non seulement ce que les gens voient mais aussi la manière dont ils comprennent ce qu'ils voient.

---

<sup>1</sup> RAMONET Ignacio, « Nouvelle économie », *Le monde diplomatique* : <http://www.monde-diplomatique.fr/2000/04/RAMONET/13688>, avril 2000.

L'importance prépondérante de ce secteur dans toute société est donc évidente. La position largement prépondérante des productions importées sur le marché cinématographique européen est tout aussi évidente. Il apparaît essentiel pour l'industrie européenne de maîtriser et d'exploiter pleinement tous les vecteurs de distribution, et notamment le nouveau média Internet.

Les échanges de films entre particuliers sur Internet *via* les logiciels de *peer-to-peer* connaissent un succès grandissant et s'accélèrent grâce à l'essor du haut débit. Des millions d'internautes téléchargent des œuvres sans que les ayants droit perçoivent la moindre rémunération. Le *peer-to-peer*, reconnu comme un outil efficace et peu coûteux de distribution, apparaît à la fois comme un progrès et comme la source d'un grave préjudice pour les auteurs, les artistes et les producteurs. Il est urgent de disposer d'une solution qui puisse mettre fin à la gratuité et concilier développement technologique et juste rémunération des ayants droit. Cette solution doit aussi favoriser l'accès de tous à la culture et préserver la diversité culturelle. Il apparaît aujourd'hui illusoire de vouloir arrêter un phénomène qui repose sur l'essence même d'Internet.

Le cinéma est un secteur dont il est inutile de souligner le poids économique et les enjeux culturels. Pourtant, jusqu'aux années 1980, les interventions de la Communauté dans ce domaine sont restées marginales. Le secteur du cinéma européen, aujourd'hui confronté à des problèmes de distribution face à l'industrie américaine et marqué par une évolution extrêmement rapide et complexe, doit adapter sa réglementation et sa politique de soutien, afin d'encadrer et d'encourager au mieux la distribution de films par Internet.

L'ambition de ce mémoire – à travers une étude socio-économique des nouveaux modes de consommation, de pensée, d'agir, de raisonner des internautes, et une étude de la politique européenne dans le domaine de la distribution numérique de films – est de tenter d'évaluer dans quelle mesure le débat actuel, suscité par l'émergence d'Internet, renouvelle la question de la distribution des films et éventuellement favorise son enrichissement, voire son dépassement. Dans le cadre des récentes évolutions technologiques, comment le secteur envisage-t-il la distribution numérique de films ? Quelle est la situation du marché européen ? Dans quelle mesure les stratégies prennent-elles suffisamment en compte et doivent-elles être adaptées aux nouveaux comportements socioculturels des individus à l'ère numérique ? Quel rôle pour la politique audiovisuelle européenne ?

Le poids économique et culturel du cinéma fait de ce média puissant un art reconnu. L'étude laissera de côté la production et l'archivage pour analyser la distribution cinématographique. Au bout de la chaîne, au moment de l'exploitation et de la communication au public du film, la numérisation peut être utilisée à des fins de transmission. Le film préalablement numérisé et stocké ou produit grâce à la numérisation d'éléments préexistants peut désormais faire l'objet de transmissions elles-mêmes numériques. Les progrès accomplis dans les vecteurs de transmission décuplent en effet les capacités, la vitesse et la volatilité des communications, par-delà les frontières nationales. Internet lance d'ailleurs de nombreux défis, en raison de sa capacité à abolir toutes notions de frontières et de temps. Dans le cadre de cette étude, nous ferons référence à la distribution numérique en ne distinguant pas les deux modes de transmission numérique : la diffusion et la distribution numériques.

La distribution est donc séparée de la production. Elle est assurée par un petit nombre de sociétés mieux assises que les maisons de production. Les distributeurs entendent se réserver, à l'avance, les films qui vont sortir. Les producteurs négocient avec eux et, en échange d'un droit d'exclusivité, obtiennent soit des prêts directs soit, plus souvent, un aval auprès des banques ou auprès des laboratoires qui consentent à ne pas être payés au moment où ils livrent les copies. Dans ce processus, l'État – et l'Union européenne à un autre niveau – tient une place essentielle. Son intervention permet seule le maintien en activité d'une industrie qui, privée de cette aide, devrait modifier entièrement ses conditions de fonctionnement. Il est donc important de comprendre l'action de la politique européenne afin de penser une action globale pour aider la distribution de films par Internet.

À l'heure de la banalisation d'Internet et alors que « l'économie digitale » est perçue de plus en plus consensuellement comme le fondement d'une nouvelle société en réseaux, nous pouvons nous demander dans quelle mesure nous serions en train d'assister à l'émergence d'une nouvelle culture à forte composante technique, mais rayonnant dans tous les aspects de la vie quotidienne : une « culture numérique ». Au long de cette étude, nous tenterons d'analyser les caractéristiques de cette nouvelle culture induite par Internet. Nous nous concentrerons cependant sur les aspects pouvant nous amener à analyser l'évolution du spectateur issu de cette culture numérique.

La présente étude se concentre sur l'industrie du cinéma. Étant donné la place qu'occupe le cinéma dans notre culture et notre économie, il nous est apparu important de partir du grand écran. Cependant, le cadre peut tout à fait s'élargir à la distribution de contenus culturels en général. Il

s'agit de mieux comprendre ce que permet et entraîne Internet afin de pouvoir penser des solutions de distribution novatrices à l'ère du numérique. Nous articulerons donc notre réflexion plus autour de l'internaute que du cinéphile.

Dans le cadre de la politique audiovisuelle européenne, des mesures de soutien financier ont été prises pour permettre à l'industrie cinématographique européenne de tirer profit d'un marché de dimension européenne. Notre manque de connaissance juridique ne nous permettra d'aborder l'état de la réglementation européenne et nationale en matière de cinéma que de manière succincte. La politique en faveur du cinéma, faisant partie intégrante de la politique audiovisuelle, nous traiterons de la première à travers la deuxième.

Étant donné le poids des États-Unis dans le secteur du cinéma et des nouvelles technologies, il sera bon de faire le parallèle avec l'Union européenne. L'étude s'intéressera à la France et à d'autres pays européens, notamment les pays pertinents dans le secteur des NTIC (Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication) comme la Finlande.

Les enjeux pour l'Union européenne de la distribution de films par Internet seront étudiés depuis le début des années quatre-vingt-dix, date de la généralisation d'Internet et de la mise en place du premier programme de soutien à l'industrie audiovisuelle européenne. Il est intéressant de suivre l'évolution de la culture numérique et sa prise en compte par les politiques tout au long de cette période.

Dans un sens, nous prendrons en compte, au moins partiellement, une problématique mise en œuvre actuellement dans les sciences sociales. Nous étudierons ainsi les systèmes de valeurs des citoyens européens et des responsables politiques européens dans le contexte des transformations sociales, économiques, technologiques et culturelles des sociétés contemporaines résultant de l'émergence des nouvelles technologies. Nous tenterons cependant de traiter le sujet hors d'un cadre préétabli, en nous situant dans une étude prospective afin de trouver les pistes pour une distribution optimale des films par Internet, réseau de distribution qui en est encore à ces balbutiements.

Ainsi, seules quelques recherches s'apparentent actuellement à celle que nous entreprenons. Les recherches déjà effectuées ne concernent qu'un ou deux des trois axes de recherches : politique audiovisuelle et nouvelles technologies ; distribution payante par Internet ; réseaux *peer-to-peer*.

Rares sont les recherches qui traitent des nouvelles façons de distribuer un film par Internet et du rôle que peut jouer la politique européenne pour l'encourager et l'encadrer.

L'enjeu actuel des nouvelles technologies pour la société, et l'Europe plus particulièrement, est un phénomène récent et à venir, ce qui explique que le sujet est encore à étudier et qu'il constitue un enjeu fondamental pour les années à venir (à en croire les nombreux remaniements des politiques, audiovisuelle notamment). Le *peer-to-peer* est également une application très récente d'Internet. De plus en plus, les recherches se multiplient dans ce domaine, des études parfois contradictoires – suivant les commanditaires.

L'Union européenne et ses problématiques économiques, géopolitiques et socioculturelles est un sujet très riche puisque sa construction est en perpétuelle évolution. La problématique des nouvelles technologies est également un sujet porteur car d'actualité et ayant un impact économique et social très fort. Enfin, traiter de la politique audiovisuelle est également utile car le secteur comprend essentiellement une dimension culturelle, constitue une expression créatrice – notamment d'identités –, un moyen fondamental de promotion de la démocratie, et également une activité économique de grande importance.

Ainsi, dans le contexte de l'évolution technologique, ce secteur est encore appelé à se développer. Le Conseil a d'ailleurs récemment invité la Commission à considérer l'importance et le rôle des aides publiques, qui peuvent contribuer à l'émergence d'un marché de l'audiovisuel européen et au développement de son tissu industriel, et à prendre toute initiative permettant aux États membres de choisir, prévoir et mettre en œuvre des systèmes d'aide au secteur dans le respect des règles du traité.

C'est à travers un travail de collecte, d'analyse, d'interprétation et de synthèse de divers matériaux empiriques que nous avons réalisé cette étude. Malgré l'intérêt pour le sujet des différentes personnes rencontrées lors de nos recherches (comme Charles Simon, étudiant, et Tariq Krim, journaliste, tous deux spécialisés dans le domaine de la distribution de contenus par Internet) nous n'avons pu réaliser que quelques entretiens, qui ne figurent pas en annexes. En effet, les idées échangées se retrouvaient dans les différents documents que ces personnes avaient pu écrire et m'avaient communiqués. Nous nous sommes donc concentrés sur ces documents. Après avoir déterminé les méthodes de collecte et d'analyse des données, nous nous sommes efforcés d'exposer les éléments recueillis, puis de comparer les résultats obtenus avec ceux d'autres

recherches dans le même domaine ou dans des domaines connexes. Enfin, les données ont été rassemblées et présentées en tirant des conclusions et en faisant des recommandations.

Dans un premier temps, nous étudierons l'impact d'Internet sur la culture, les échanges commerciaux et la rémunération des ayants droit afin de comprendre l'interaction entre la technique et la société dans la construction de la nouvelle culture numérique. Y a-t-il un réel changement entre les médias de masse et Internet ? L'innovation des nouvelles techniques est-elle en relation avec un changement culturel dans les modèles de communication individuels et collectifs, et dans les modalités de création et de production artistiques ? Quels sont le coût et le prix de cette « révolution » ? Quelles inégalités et quels rapports de force en résultent ? Quels problèmes résout Internet et quels autres pose-t-il ? Comment localiser un contenu dans un univers sans dimensions tangibles ? Comment protéger un contenu qui n'a pas de forme physique et peut être indéfiniment reproduit ? Une personne peut-elle posséder la connaissance universelle ?

Nous aborderons ensuite la nature et les enjeux de la distribution traditionnelle de films, et verrons dans quelle mesure l'arrivée d'Internet a bouleversé l'industrie. Une analyse de la substance et de l'utilisation d'Internet permettra de comprendre pourquoi les offres payantes de distribution numérique de films par Internet ne semblent pas adaptées à l'outil Internet. Nous orienterons ensuite notre réflexion autour des nouveaux systèmes d'échange gratuit *via* Internet. Les systèmes de *peer-to-peer* apparaissent en effet être plus adaptés au nouveau public et au nouveau média Internet. Dans quelle mesure la distribution cinématographique européenne a-t-elle été bouleversée par l'arrivée d'Internet ? Les stratégies de distribution numérique de films mises en place par l'industrie cinématographique européenne sont-elles suffisamment adaptées aux bouleversements socioculturels de ces dernières années ?

Enfin, nous traiterons de l'aide apportée par la politique européenne dans le domaine de la distribution de films par Internet. Quelle est la nature et quels sont les objectifs de la politique audiovisuelle de l'Union européenne à l'ère numérique ? Quel est le rôle des États membres ? Comment l'Union européenne, à travers le programme MEDIA Plus, envisage-t-elle d'aider le secteur audiovisuel à utiliser au mieux Internet pour distribuer des films ?

## PLAN DÉTAILLÉ

---

<b>Introduction</b> .....	<b>1</b>
Première partie : <b>INTERNET ET LA RÉVOLUTION NUMÉRIQUE</b> .....	<b>7</b>
• <b>Chapitre 1 : BOULEVERSEMENTS SOCIOCULTURELS</b> .....	<b>11</b>
Section 1 : Histoire d'Internet : entrée dans une nouvelle ère .....	13
1- Appropriation d'un projet militaire par les intellectuels .....	13
2- Collaboration internationale et évolution des micro-ordinateurs .....	14
3- Apparition de la toile et perfectionnement d'Internet .....	14
4- Entrée en scène du monde marchand .....	15
Section 2 : Utopies et désillusions : implications du nouvel ordre .....	16
1- Fascination pour les nouvelles technologies .....	16
2- Avoir accès à l'information ne veut pas nécessairement dire être mieux informé .....	17
3- Risque réel d'exclusion et de désinformation .....	18
4- Nouveaux modes de communication .....	19
Section 3 : Culture numérique : nouvelles modalités de production et de réception de l'art .....	21
1- Systématisation du travail de production d'artistes-ingénieurs anonymes .....	21
2- Œuvre ouverte et interactive qui allie réel et virtuel .....	22
3- Interaction des techniques avec les comportements des publics .....	23
• <b>Chapitre 2 : BOULEVERSEMENTS DES ÉCHANGES COMMERCIAUX</b> .....	<b>24</b>
Section 1 : Dématérialisation des produits : transformation des prestations .....	25
1- L'information, un bien économique à part entière .....	25
2- Marchandisation renforcée .....	26
3- Mutation intrinsèque des produits .....	27
4- Entre déterritorialisation et reterritorialisation .....	28
Section 2 : Variation de la place de l'intermédiaire : entre client et fournisseur .....	29
1- Minimisation du rôle de l'intermédiaire .....	29
2- Importance de la relation commerciale .....	30
3- Redéfinition nécessaire de la valeur ajoutée de l'intermédiaire .....	30
Section 3 : Mutations du client : gain de pouvoir et d'autonomie .....	31
1- Individualisation des pratiques et extension du paiement par les consommateurs .....	31
2- Demande pour une offre plus riche mais lisible .....	32
3- Rôle plus actif du client .....	32
• <b>Chapitre 3 : BOULVERSEMENTS JURIDIQUES</b> .....	<b>34</b>
Section 1 : Droit à la copie privée : difficultés relatives au stockage numérique .....	35
1- Stockage numérique et droit à la copie privée .....	35
2- Craintes face au développement des systèmes de protection informatiques .....	36
3- Limites du système de compensation de copie privée .....	37
Section 2 : Droit d'auteur : reconnaissance d'un droit des utilisateurs .....	38
1- Difficultés induites par le droit d'auteur .....	38
2- Calcul des droits rendu caduc par les nouvelles technologies .....	39
3- DRMS, systèmes numériques de gestion de droits .....	39
Section 3 : Chronologie des médias : problèmes de la diffusion numérique de films .....	40

# Cinéma et Internet : enjeux socio-économiques et politiques pour l'Union européenne de la distribution de films par Internet

Mémoire de DEA Construction européenne : enjeux géopolitiques, économiques et socioculturels

1- Bouleversement de la logique d'exploitation par zone géographique .....	40
2- Question de la place de la nouvelle fenêtre de diffusion par Internet .....	41
3- Solutions et handicaps .....	41

## Deuxième partie :

DISTRIBUTION DE FILMS PAR INTERNET .....	44
--	----

### • Chapitre 1 : DISTRIBUTION TRADITIONNELLE FRAGILE .....

47

Section 1 : Développement du cinéma : entre expression culturelle et marché de masse .....	48
--	----

1- Invention du cinématographe et développement industriel .....	48
2- Institutionnalisation du cinéma et légitimation socioculturelle .....	49
3- Culture de masse et diversification du public .....	49
4- Entre ultralibéralisme et protectionnisme .....	50

Section 2 : Dualité du cinéma : entre art et industrie .....	52
--	----

1- Marchandisation de la culture .....	52
2- Le cinéma comme bien culturel .....	53
3- Entre dépendance et collaboration financière .....	53

Section 3 : Rôle central de la distribution de films : entre production et consommation .....	55
---	----

1- Rôle primordial du distributeur .....	55
2- Relations complexes avec le producteur et le diffuseur .....	56
3- Plusieurs modes de distribution possibles .....	57

Section 4 : Enjeux et défis pour la distribution : entre handicap et espoir .....	59
---	----

1- Puissance de la télévision .....	59
2- Prédominance des États-Unis sur les cinématographies européennes .....	59
3- Exemple des distributeurs français .....	61
4- Évolutions technologiques .....	62

### • Chapitre 2 : DISTRIBUTION PAR INTERNET INADAPTÉE .....

63

Section 1 : Spécificités d'Internet : vers une meilleure compréhension de l'outil .....	65
---	----

1- Numérisation des contenus culturels .....	65
• Arrivée du divertissement sur Internet .....	65
• Transmission numérique .....	65
• Problème de la transmission des fichiers lourds .....	66
• Téléchargement de musique et de films .....	66

2- Nouveau média « tout en un » interactif .....	66
• Définition d'un média .....	66
• Nature d'un nouveau média .....	67
• Complémentarité des divers médias .....	67
• Différenciation des divers médias .....	67

3- Nouveau « tuyau » pour acheminer les données .....	68
• Évolutions d'une technique .....	68
• Caractère faillible des techniques .....	69
• Tuyau qui achemine les données .....	69
• Outil multifonctions .....	69

Section 2 : Distribution payante par Internet : vers une prise de conscience des handicaps .....	71
--	----

1- Télévision interactive .....	71
• Fonctionnement et services .....	71
• Alliance contre-nature d'un média actif avec un média (inter)actif .....	71
• Résultats mitigés .....	72

2- Cinéma numérique .....	72
• Avantages .....	72
• Handicaps .....	73
• Évolutions et perspectives .....	73

3- Sites Internet .....	74
• Formidable outil de marketing et de création .....	74
• Réduction des intermédiaires .....	74
• Simple outil de vente par correspondance .....	75
• Insécurité du téléchargement .....	75

• <b>Chapitre 3 : LE PEER-TO-PEER COMME SOURCE D'INSPIRATION POUR UN RÉAJUSTEMENT DES STRATÉGIES</b> .....	<b>77</b>
Section 1 : Développement du <i>peer-to-peer</i> : état des lieux d'une petite révolution .....	79
1- <i>De la musique aux films, généralisation du P2P</i> .....	79
2- <i>Description du fonctionnement</i> .....	79
3- <i>Développement fulgurant du P2P</i> .....	80
4- <i>L'industrie du cinéma menacée ?</i> .....	80
Section 2 : Habitudes et profils des utilisateurs : bouleversement du rapport à la culture .....	82
1- <i>Une majorité de jeunes adolescents</i> .....	82
2- <i>Sous représentation des films français</i> .....	82
3- <i>Consommation effrénée à domicile</i> .....	83
4- <i>Mentalité d'échange et de partage</i> .....	83
5- <i>Communauté de passionnés</i> .....	84
6- <i>Rapport ambigu avec l'industrie</i> .....	84
Section 3 : Motivations des pirates : culture du gratuit ? .....	85
1- <i>La gratuité n'est pas la motivation première</i> .....	85
2- <i>Contestation du prix exorbitant des produits culturels</i> .....	86
3- <i>Recherche d'un choix plus large</i> .....	86
4- <i>Besoin de tester</i> .....	87
Section 4 : Impacts sur les autres médias : vers une complémentarité des différents modes de distribution .....	88
1- <i>Comportement plus sélectif vis-à-vis du cinéma en salles</i> .....	88
2- <i>Moins de contraintes qu'avec la location vidéo</i> .....	88
3- <i>Offre plus récente qu'avec la télévision</i> .....	89
4- <i>Complémentarité avec l'achat de films en vidéo</i> .....	89
Section 5 : Réactions des industriels et des pouvoirs publics : lutte technique et judiciaire inadaptée .....	91
1- <i>Redevance sur copie privée</i> .....	91
2- <i>Protection des CD</i> .....	91
3- <i>Lutte policière</i> .....	92
Section 6 : Solutions novatrices : vers une réconciliation de l'industrie et du public .....	93
1- <i>Forfait et « micropaiement »</i> .....	94
2- <i>Baisse des prix et variation des taxes</i> .....	94
3- <i>Services en plus</i> .....	95
4- <i>Repositionnement des différents acteurs</i> .....	96
5- <i>Remaniement de la chronologie des médias</i> .....	96
Troisième partie :	
<b>RÔLE DE L'UE DANS LE SOUTIEN DE LA DISTRIBUTION NUMÉRIQUE DE FILMS</b> .....	<b>99</b>
• <b>Chapitre 1 : NATURE ET OBJECTIFS DE LA POLITIQUE AUDIOVISUELLE EUROPÉENNE À L'ÈRE NUMÉRIQUE</b> .....	<b>102</b>
Section 1 : Audiovisuel et construction européenne : d'un secteur économique à une compétence culturelle .....	104
1- <i>L'audiovisuel cantonné à la libre prestation de services</i> .....	104
2- <i>Coordination des autorités et des industriels</i> .....	105
3- <i>Traité de Maastricht et reconnaissance d'une compétence culturelle</i> .....	105
4- <i>Dualité de la nature culturelle et commerciale du cinéma</i> .....	106
Section 2 : Nature d'une politique en deux volets : TSF et MEDIA .....	107
1- <i>Danger de la domination américaine et du déracinement européen</i> .....	107
2- <i>Instruments pour la défense de la création et la promotion de la circulation</i> .....	108
3- <i>Cadre législatif pour la politique audiovisuelle européenne</i> .....	108
4- <i>Soutien à l'industrie audiovisuelle européenne</i> .....	109
5- <i>Autres instruments communautaires</i> .....	110
Section 3 : Légitimation des politiques de soutien : l'exception culturelle .....	111
1- <i>Justification de la nécessité des aides d'État au niveau européen</i> .....	111
2- <i>Divergence entre les États-Unis et l'UE sur la question des aides</i> .....	112
3- <i>Bataille de l'exception culturelle dans le cadre de l'OMC</i> .....	113
Section 4 : Nature de la politique audiovisuelle à l'ère numérique : maintien d'une réglementation et d'un soutien .....	114
1- <i>Politique audiovisuelle et société de l'information</i> .....	114
2- <i>Adaptation du cadre réglementaire sans réelle transformation</i> .....	115
3- <i>Réflexion sur l'audiovisuel à l'ère numérique</i> .....	116

# Cinéma et Internet : enjeux socio-économiques et politiques pour l'Union européenne de la distribution de films par Internet

Mémoire de DEA Construction européenne : enjeux géopolitiques, économiques et socioculturels

4- MEDIA Plus, pierre angulaire de la politique audiovisuelle à l'ère numérique .....	117
Section 5 : Évolution des objectifs : immuabilité des objectifs fondamentaux .....	118
1- Objectifs fondamentaux fidèles à eux-mêmes .....	118
2- Objectifs toujours axés sur une meilleure distribution .....	119
3- Prise en compte des divers médias numériques .....	119
<b>• Chapitre 2 : COMPLÉMENTARITÉ ENTRE LE NIVEAU EUROPÉEN ET NATIONAL .....</b>	<b>121</b>
Section 1 : Répartition des rôles : principe de subsidiarité .....	123
1- Le principe de subsidiarité dans l'action normative de l'UE .....	123
2- Complémentarité des politiques de soutien nationales et communautaires .....	123
3- Finalités différentes pour une action convergente .....	124
Section 2 : Degré d'avancement des États membres : priorité à la production .....	125
1- Régulation hétérogène suivant les pays .....	125
2- Mise en place des aides à la production cinématographique .....	126
3- Financement des aides publiques à travers l'État, les taxes et la télévision .....	128
4- Évolutions des mécanismes publics de soutien .....	128
5- Importance relative donnée aux aides à la distribution .....	130
6- Le réseau RIAM comme exemple de la prise en compte de la distribution numérique de films .....	131
Section 3 : Complémentarité du rôle de l'UE : priorité à la distribution .....	133
1- Complémentarité, valeur ajoutée et souplesse des instruments .....	133
2- Intervention indirecte à travers le programme MEDIA .....	134
3- Impact de la directive européenne sur les textes juridiques nationaux .....	135
<b>• Chapitre 3 : ÉVALUATION ET PERSPECTIVES DE L'AIDE À LA DISTRIBUTION NUMÉRIQUE DE FILMS .....</b>	<b>137</b>
Section 1 : Résultats optimistes : distribution numérique encouragée .....	138
1- Résultats optimistes pour le volet Distribution .....	140
2- Projets pilotes peu nombreux mais ambitieux .....	140
3- Effet d'entraînement maximal pour la distribution .....	141
Section 2 : Limites persistantes : obstacles à surmonter .....	142
1- Moyens financiers insuffisants .....	142
2- Effets pervers de l'aide .....	142
3- Manque de visée internationale .....	143
4- Mauvaise prise en compte d'Internet pour la distribution de films .....	144
Section 3 : Perspectives : optimisation de l'encadrement de la distribution de films par Internet .....	145
1- Complémentarité avec d'autres programmes communautaires .....	145
2- Coopération entre le niveau national et communautaire .....	146
3- Importance de la réglementation .....	146
4- Développement d'un savoir-faire vis-à-vis d'Internet .....	148
<b>Conclusion .....</b>	<b>151</b>

## CONCLUSION

---

« Pour la musique comme pour le cinéma et les services audio-visuels, le développement sans précédent des services d'échanges n'est pas une menace de mort mais un défi à relever en recourant à ce qui constitue la matière première des industries culturelles : la créativité et non pas le repli sur soi. »

KRIM Tariq, *Le Peer to Peer – Un autre modèle économique pour la musique*, Étude remise à l'Adami : [http://www.adami.fr/portail/affiche\\_article.php?arti\\_id=188&rubr\\_lien\\_int=174](http://www.adami.fr/portail/affiche_article.php?arti_id=188&rubr_lien_int=174), 16 juin 2004, p.132.

Dans le contexte de la guerre froide, la recherche militaire, relayée par le milieu universitaire, va impulser le développement de technologies nouvelles. À l'origine, destiné uniquement aux militaires puis aux scientifiques, Internet a considérablement élargi son audience depuis la mise en service du *World Wide Web* en 1992. Les étudiants américains ont alors investi le réseau mondial, suivis à partir de 1995 des professionnels du commerce à la recherche de nouveaux marchés. Depuis lors, le développement d'Internet a été fulgurant, devenant à partir de la fin des années quatre-vingt-dix un média grand public en Amérique du Nord, puis en Europe. Les bouleversements sont nombreux, notamment dans la société, la culture, l'économie et le droit.

Autant Internet et le multimédia, en ce qu'ils ouvraient des possibilités multiples de faire coexister des images, des sons, des données sur un même support, tout en favorisant des parcours hypertextuels et permettant un accès interactif, avaient fait entrevoir des espoirs considérables de rénovation et même de révolution de la nature des produits culturels, autant le bilan que l'on peut tirer des premières réalisations est mesuré. Malgré des avancées significatives dans le domaine de la distribution de films, le bilan que l'on peut tirer des premières réalisations est mince. Les solutions de distribution numérique de films ne témoignent guère d'un renouvellement des formes et se contentent pour la grande partie d'entre elles d'utiliser Internet comme un « tuyau ». Comment expliquer que l'innovation créatrice tarde tant, et que les solutions proposées se contentent pour l'essentiel de reproduire les formes connues ?

Cette absence relative d'innovation formelle commence à poser problème. Si l'on se réfère à l'histoire, le plus souvent cahotante, des supports culturels, on peut difficilement imaginer l'avenir d'un support comme le multimédia sans qu'il s'appuie, conceptuellement et socioculturellement, sur un produit clairement identifié et spécifié. En d'autres termes, Internet, pour réussir son insertion dans les sociétés contemporaines, doit donner lieu à des formes reconnues et ayant trouvé progressivement leur économie de fonctionnement. Or les tentatives actuelles ne sont en rien suffisantes, elles témoignent plus du souci d'inscrire Internet et le multimédia dans le champ de la communication sociale et professionnelle, et n'ont pas encore débouché sur des productions à la hauteur des virtualités des techniques d'ores et déjà disponibles. Ainsi doit-on se poser la question de savoir si la révolution technique entraîne une révolution des contenus culturels.

Alors que l'accès à Internet était encore largement gratuit il y a quelques années, sa marchandisation est devenue une réalité. Cette évolution est la conséquence de l'expansion du réseau qui a entraîné une explosion des investissements en capacité de stockage et en bande passante. Si cette voie de diffusion est sans doute la plus rapide et la plus confortable pour le consommateur terminal, la première réaction de celui-ci est souvent de dire : « pourquoi payer pour quelque chose de gratuit ? », autrement dit pourquoi s'abonner à un service commercial alors que tout ce qui existe sous forme de 0 et de 1 a déjà été piraté au moins une fois et se trouve quelque part, là-dehors, et pour zéro euro ?

Cette spécificité des internautes a représenté le cœur de notre étude, nous ne détaillerons donc pas ici. Souligner la spécificité des œuvres paraît par contre important. Nous vivons la situation paradoxale que rares sont les ayants droit légitimes qui distribuent aujourd'hui leurs films sur le réseau mondial. Si l'on souhaite se servir d'Internet pour accéder à une copie complète d'une œuvre, une des seules sources possibles se trouve du côté des infracteurs. On a donc le paradoxe d'ayants droit communiquant des estimations de pertes sur un marché dont ils sont encore quasiment absents. Pourquoi ?

Juridiquement, la question des droits sur Internet ne semble pas encore réglée. Quelle rémunération pour les auteurs et les artistes avec ce nouveau support ? Comment inscrire l'exploitation sur Internet à l'intérieur de la chronologie des médias telle qu'elle existe aujourd'hui ? Comment concilier les différentes chronologies des médias à un niveau international, sachant que territorialiser une

œuvre sur Internet n'est pas chose aisée ? Comment sécuriser les contenus une fois que ces problèmes juridiques seront résolus et que les ayants droit se lanceront sur le secteur de la distribution en ligne ? Sachant que viennent se surajouter aux ayants droit, d'autres types d'acteurs intéressés à la distribution en ligne. La tâche est donc ardue et le sujet vaste. D'autant plus que les acteurs jouent en aveugles les uns par rapport aux autres : les pirates ne s'intéressent pas à ce que font les acteurs officiels ou ont une vision déformée de leurs actions, les acteurs officiels continuent d'ignorer très largement ce qui se développe sur Internet. Aucune des parties ne semble surtout jouer au même jeu.

En effet, les ayants droit légitimes ne sont que très peu présents sur le segment de la distribution en ligne d'œuvres audiovisuelles longues. Cette absence des ayants droit a des raisons, ne se limitant pas à la seule présence d'infracteurs occupant déjà le terrain. Pirates et ayants droit ne vivent pas dans les mêmes référentiels. Si les infracteurs pensent pouvoir se servir d'Internet pour distribuer gratuitement des copies des dernières sorties en salles, c'est qu'ils sont dans un référentiel mental où ni les lois économiques, ni les lois juridiques ne s'appliquent. La situation est différente pour les ayants droit légitimes. Le pirate ne supporte pas le coût de la production et de la commercialisation de l'image. Les ayants droit, eux, sont soumis en plus de ces coûts à un certain nombre de carcans qui n'ont rien à voir avec la présence ou l'absence d'infracteurs sur Internet. Ainsi, avant que des ayants droit puissent distribuer directement leurs productions sur Internet, il faudra d'abord régler des problèmes de différents ordres :

- juridiques : inclure dans les contrats des clauses concernant l'exploitation des œuvres sur Internet, modifier la chronologie des médias telle qu'elle existe aujourd'hui avec le souci qu'Internet est un lieu où il va être difficile d'imposer des barrières suivant les localisations géographiques ;
- techniques : assurer la sécurisation des contenus au regard des possibilités d'utilisation de l'œuvre que l'ayant droit souhaite accorder au public ;
- logistiques : trouver comment organiser le stockage et l'envoi des fichiers afin de rendre viable et fluide le service de distribution des contenus au public ;
- économiques : déterminer comment transposer les schémas économiques classiques du monde physique vers le monde numérique<sup>1</sup>.

En attendant que les ayants droit aient répondu au cahier des charges qui leur est proposé, les groupes distribuant en ligne du matériel audiovisuel contrefaisant comblent le vide. Certains

---

<sup>1</sup> Voir à ce sujet SIMON Charles, *La diffusion en ligne de matériel audiovisuel contrefaisant (Ou comment devenir 1337 en 10 leçons)*, Paris : mémoire de DU, juin 2002, p. 84-86.

infracteurs considèrent ainsi avoir mis sur pied un service de distribution efficace, répondant aux attentes des consommateurs. N'ayant pas à s'occuper de tous les problèmes auxquels sont confrontés les ayants droit, les pirates se contentent de trouver un modèle de distribution satisfaisant, rapide et souple, sachant que tous les participants sont bénévoles et peuvent décider d'arrêter à tout moment sans avoir à fournir à quiconque une quelconque explication. Ce service a lieu en dehors de tout circuit économique et juridique légal.

Récupérer des films sans s'acquitter des droits sur ceux-ci n'apparaît pas comme la motivation unique des internautes. Les motivations paraissent au contraire extrêmement diverses. Les internautes peuvent découvrir ou redécouvrir des œuvres difficilement accessibles ou épuisées. Les dernières œuvres sorties en salles ou sur support vidéo ne sont pas les seules productions distribuées sur Internet. Certains groupes se spécialisent dans les marchés de niche. Avec souvent le désir de partager une passion, comme le cas du phénomène de sous-titrage par les fans. Internet va ainsi être utilisé pour augmenter l'impact en termes d'étendue de distribution de raretés ou de curiosités. En suivant la même idée de niche spécifique, certains groupes se spécialisent également dans des genres cinématographiques peu connus ou oubliés, des industries du divertissement nationales à faible rayonnement extérieur. Ainsi, les stéréotypes souvent mis en avant du côté des pirates ou des ayants droit semblent tenir à l'ignorance réciproque que cultivent les parties. Ces deux catégories d'acteurs jouent en aveugle en pensant savoir ce que l'autre est, ou ce que l'autre sait. Il serait donc important, dans une étude socio-économique plus approfondie, d'analyser le statut, les motivations et les contraintes de chacun et de tenter de mettre en relation les deux partis.

Le cinéma constitue un secteur dont le poids économique a augmenté au fil des années et dont les enjeux culturels sont très importants. Pourtant, longtemps, les interventions de la Communauté européenne sont restées marginales dans ce secteur. Au début des années quatre-vingt, le développement de nouvelles techniques de diffusion et de distribution, tout comme la perception d'un retard grandissant de la Communauté européenne face aux États-Unis, incitèrent les institutions communautaires à prendre de nouvelles initiatives comportant des aspects technologiques, économiques et culturels.

La technologie numérique transforme le paysage audiovisuel européen. Comment l'industrie européenne de distribution de contenus peut-elle tirer parti au mieux de ces mutations ? Comment

les autorités publiques au niveau européen et national, peuvent-elles contribuer à relever les défis industriels, culturels et sociétaux ? Comment prendre en compte l'intérêt général, notamment les considérations ethniques, dans le nouveau paysage audiovisuel afin de préserver le modèle européen de société ?

L'action communautaire dans la filière audiovisuelle peut faire l'objet de lectures différentes. L'analyse des moyens laisse apparaître une action fondée sur le principe de subsidiarité. L'avantage d'une intervention communautaire réside dans la possibilité de coordonner ou d'harmoniser les politiques audiovisuelles menées jusqu'à présent dans les strictes limites de chaque État. Le bénéfice que l'ensemble de la Communauté européenne tire de cette coordination est la suppression des obstacles à la circulation des services audiovisuels (réglementation de diffusion transfrontière) et l'utilisation de l'effet d'échelle européen. Cependant, on observe une confusion entre les actions au niveau national et européen. L'action communautaire peut aussi être lue à travers ses finalités. Sa politique audiovisuelle a pour finalité la défense de l'économie européenne. Elle vise à édifier une industrie audiovisuelle européenne – artistique et technique – en la protégeant de la concurrence étrangère. L'action communautaire vise aussi une finalité culturelle.

Cependant, les directives de la Communauté européenne, conjuguées avec les incapacités à définir une politique industrielle en correspondance avec « l'explosion de la communication » ont contribué à une sorte de *statu quo ante*. Déjà bien en peine de définir des orientations révisées pour les services publics de l'audiovisuel, et attachés à développer les réseaux de communication à larges bandes et à élargir la participation au *Net* ou les usages du *Web*, les États européens ne se sont guère préoccupés d'engager une politique industrielle axée sur les nouveaux services culturels. Les déclarations d'intention n'ont certes pas fait défaut, régulièrement réaffirmées, mais, pour l'essentiel, les actions engagées concernent plus le développement des nouvelles technologies dans leur ensemble, et assez peu l'aide à la formation des industries de contenu.

Impuissance des États ? C'est la position défendue par une majorité d'experts et de penseurs, au rang desquels on peut ranger le sociologue Manuel Castells, analyste de la société de l'information : « L'autonomie politique croissante des médias locaux et régionaux qui utilisent des technologies de communication flexibles constitue une évolution aussi importante que la mondialisation (...). Globalement, la mondialisation – localisation des médias et de la communication électronique aboutit

à dénationaliser et à "désétatiser" l'information – deux évolutions indissociables pour l'instant<sup>1</sup>. » Indécision et carence dans la définition d'un projet néo-industriel ? Il est permis de le penser, surtout lorsqu'on compare les efforts faits pour implanter les réseaux ou former aux usages des techniques d'un côté, et le soutien aux réalisations expérimentales en matière de services. Le déséquilibre est saisissant et résulte sans doute d'une conception passéiste du développement industriel.

Le cheminement de cette réflexion a montré les limites qui pouvaient être apportées à une telle problématique. Ainsi, cette mutation soulève des questions économiques, culturelles et sociales qui nécessitent d'appréhender la place centrale qu'occupe l'utilisateur dans la démarche d'innovation. En effet, celle-ci devient, plus que jamais, un défi technologique, mais surtout humain. C'est pourquoi il nous faut mesurer l'importance d'une convergence scientifique, d'une transversalité disciplinaire entre les Sciences humaines et sociales et les Sciences appliquées en vue de favoriser des synergies nouvelles pour fertiliser l'innovation.

Ainsi, les nouvelles technologies modifient en profondeur notre société. Les réseaux *peer-to-peer* demeurent une solution intelligente prenant en compte la nouvelle culture numérique. Il serait pertinent de s'en inspirer pour instaurer une nouvelle stratégie payante de distribution numérique de films. La politique audiovisuelle européenne a dû ces dernières années s'adapter à ce nouveau phénomène. Elle a ainsi révisé le programme MEDIA et instauré de nouveaux programmes, directives, initiatives, recommandations, répondant aux nouveaux défis technologiques. Les efforts de l'Union européenne pour adapter la distribution numérique cinématographique restent cependant relativement insuffisants ou tout du moins à venir.

Au-delà de l'inéluctable transformation de la chaîne de valeur de la production culturelle, il nous faudra bien répondre aux vraies questions de fond qui se posent aujourd'hui, et qu'il est « encore presque impossible d'aborder<sup>2</sup> » nous dit Daniel Kaplan. Qu'est-ce qu'une œuvre aujourd'hui, qu'est-ce que l'expérience d'une œuvre et qu'est-ce que le numérique change dans la relation qu'entretiennent l'auteur, l'œuvre et le public ? Comment employer et rémunérer les « travailleurs du savoir » (pour reprendre l'expression de Jean Zay, ministre de l'Éducation nationale et des Beaux-

---

<sup>1</sup> CASTELLS Manuel, *Le pouvoir de l'identité – L'ère de l'information*, Paris : éd. Fayard, t. II, 1999, p. 313.

<sup>2</sup> KAPLAN Daniel, *Musique, numérique, propriété et échange : 8 millions de délinquants ?*, op. cit.

## **Cinéma et Internet : enjeux socio-économiques et politiques pour l'Union européenne de la distribution de films par Internet**

Mémoire de DEA Construction européenne : enjeux géopolitiques, économiques et socioculturels

Arts du Front populaire) d'une manière adaptée à la réalité de leur travail, à son caractère intangible, à sa variabilité ? Comment rémunérer les artistes si l'économie de la création change ? Comment, enfin, permettre aux entreprises culturelles européennes d'accomplir leur mutation sans disparaître ni se faire absorber par les grands conglomérats mondiaux des médias ?