

## **L'exception culturelle profite-t-elle vraiment à la création?**

**Monique Dagnaud**

*Comprendre comment l'extension de la logique marchande « rencontre » le bien public est au cœur du projet intellectuel d'EN TEMPS REEL. Or s'il y a bien un domaine où cette rencontre suscite interrogations et passions, c'est bien celui de la culture. Comme pour d'autres activités, comme le sport ou l'éducation par exemple, on voit bien qu'il ne s'agit pas tout à fait d'activités comme les autres. Mais on sait tout aussi bien que rien ne serait plus dommageable à la culture et à ses créateurs que de se soustraire totalement à la sanction du marché, qui est aussi la sanction du public.*

*Pour tenter de trouver un équilibre entre création et marché, la France s'est dotée d'un certain nombre d'instruments juridiques et financiers sacralisés par l'expression fétiche d'exception culturelle. Une expression fétiche mise au service d'un exceptionnalisme français.*

*Pour certains, ces dispositifs - qui n'ont d'ailleurs rien d'exceptionnels, puisqu'ils existent selon d'autres modalités ailleurs - sont envisagés comme des dispositifs de sauvegarde d'une identité menacée. Pour d'autres, il ne s'agirait que de vieilleries destinées à flatter l'ego français et certains intérêts particuliers.*

*Tout en explorant les mécanismes de l'exception culturelle, le texte qui suit cherche à sortir de cette grille trop réductrice. Etre « pour » ou « contre » l'exception culturelle n'a à peu près aucun sens. La vraie question est celle de savoir à qui elle profite réellement et s'il ne faudrait pas non pas l'abandonner, mais en infléchir les mécanismes.*

*A qui profite l'exception culturelle ? Déjà en soi, cette question peut sembler provocatrice, car elle laisserait supposer qu'elle ne serait pas la seule expression d'une « volonté générale » ou d'une sorte de préférence française pour la « culture » partagée par tous et égale pour tous.*

*Or, à l'évidence, il y a toujours derrière tout intérêt général, des intérêts particuliers, des stratégies, des partis pris ou des abus. Et l'exception française n'y déroge naturellement pas.*

*Monique Dagnaud montre que les dispositifs de l'exception culturelle profitent massivement au cinéma et marginalement à la télévision et qu'au sein de l'audiovisuel, elle profite quasi-exclusivement aux fictions et aux documentaires. Derrière ce choix s'exprime une préférence axiomatique : le cinéma, c'est l'univers de la création, la télévision celui du marché. Ce biais favorable au cinéma, identifié abusivement à la création, est amplifié à la télévision où seuls les fictions et les documentaires sont identifiés à la création, alors que tout le reste en est exclu. Monique Dagnaud souligne avec force que ces distinctions ne peuvent être tenues pour indiscutables : elle en vient à estimer qu'avant de favoriser la création, l'exception culturelle stimule une industrie qui à la télévision, fonctionne sur le mode de réseaux affinitaires entre producteurs et diffuseurs. Il est temps, nous dit-elle, non pas de se défaire de l'exception culturelle, mais de nous demander pourquoi la Star Academy « rentre dans les filets juridiques de l'exception culturelle » alors que Fort Boyard en est exclu. Est-il par ailleurs bien raisonnable de toujours considérer les documentaires comme des actes de création quand, pour l'essentiel, ils sont en réalité bien modestes, tant par leurs moyens que par leur contenu.*

*Déconstruisons l'exception culturelle non pour la remettre en cause mais pour la mettre en débat. Telle est la principale conclusion de ce texte.*

*Pourtant son intérêt ne s'arrête pas là. Il réside dans toute une série de propositions, qu'en tant que sociologue mais également praticienne des médias, elle estime devoir faire.*

*Culturellement elle appelle à une redéfinition à la fois plus exigeante mais surtout moins conformiste de la notion d'œuvre de création.*

*Et dans cette perspective, elle estime que les télévisions publiques ont un rôle essentiel. L'idée selon laquelle chaînes publiques et chaînes privées seraient devenues interchangeables lui apparaît comme un des conformismes à réfuter.*

*Monique Dagnaud est sociologue des medias et ancien membre du CSA*



## **Sommaire**

### **LES TROIS PILIERS DE L'ÉTAT DEMIURGE**

**Le compte de soutien**

**Le système des quotas**

**La production indépendante, gage de la création**

### **L'EXCEPTION CULTURELLE : UNE POLITIQUE AU SERVICE D'ABORD DE L'INDUSTRIE**

**Trois économies trois univers hiérarchisés de la légitimité culturelle**

**L'industrie plus que la création**

### **CREATION ET ACCES AU MARCHÉ**

**Publics conquis**

**Publics acquis**

**Les modalités de la création**

### **LE TERRITOIRE DESACRALISE DE L'ŒUVRE AUDIOVISUELLE**

**Les enjeux juridiques**

**Autres fragilités**

### **LA PRODUCTION INDEPENDANTE : LA DIVERSITE CULTURELLE ET LA PRODUCTION EN « ROUE LIBRE »**

**Prolifération et concentration des maisons de productions**

**Le couple producteur/diffuseur**

### **UNE POLITIQUE PERCLUSE DE CONTRADICTIONS**

### **QUE FAIRE ?**

**Renforcer le rôle des télévisions publiques comme matrices de la création**

**Mettre le COSIP au service de la création**

Dans le domaine du cinéma et de l'audiovisuel, la France a créé une spirale enchantée : pour une somme modique, 449 millions d'euros, accompagnée d'un monument juridique de haute sophistication, le pays s'est doté d'industries de l'imaginaire à faire pâlir d'envie la planète...et surtout les réalisateurs étrangers ! En matière d'images, tout en demeurant sensibles à la culture des autres<sup>1</sup>, nous avons conquis un entre-nous. Nous avons développé une industrie du cinéma que nous encensons, d'ailleurs aucun européen ne s'imprègne autant de films nationaux que nous. Nos écrans cathodiques offrent à voir une gamme variée de héros qui nous ressemblent, valeureux mais pimentés de petites faiblesses, plongés dans les affres de l'individualisme moderne, reflétant le « french way of life ». Nos dessins animés circulent dans le monde entier, Babar et Lucky Luke s'affirmant comme nos dignes ambassadeurs Et nous avons même l'imagination féconde en matière de jeux. Fort Boyard et Star Academy, bijoux de l'exportation des formats audiovisuels : c'est nous !

Régulièrement, pourtant, nous nous flagellons pour déplorer les incohérences de cette politique. Certes, nous sommes les 3<sup>ème</sup> champions du monde pour la production de longs métrages (après les Etats-Unis et l'Inde), mais nous sommes la lanterne rouge des grands pays européens pour le volume de fiction télévisée<sup>2</sup>. Certes, notre cinéma s'épanouit, mais déserte les écrans de soirée<sup>3</sup> : les téléspectateurs boudent les films récents, préférant de loin les éternels succès de Louis de Funès ou de Claude Zidi, et sont surtout assidus devant les fictions fabriquées pour la télévision. Mais le lamento le plus bruyant concerne notre talent créatif : pour quelques bijoux comme *Le goût des autres* ou *Depuis qu'Otar est parti*, que de navets relégués tard dans les nuits de Canal +. La sélection des films français pour le festival de Cannes est régulièrement assaillie de sarcasmes par la critique. D'ailleurs ces dernières années notre palmarès frappe par sa modestie. Pour quelques merveilles comme *Suzie Berton* (prix de Luchon 2004) ou l'adaptation des Thibaud en 2003, que de téléfilms aux thèmes répétitifs. Pour quelques documentaires sublimes, *Un coupable idéal* par exemple, que de films paresseux et hâtivement tournés. Bref, à entendre certains critiques et professionnels, notre système bureaucratique engendrerait la médiocrité artistique, et les résultats de cette politique seraient loin d'être à la hauteur des efforts que l'Etat lui consent. C'est sur ce point, celui de la créativité que nous entendons passer au crible les dispositifs de l'exception culturelle.

---

<sup>1</sup> La consommation de films en salle se caractérise par une certaine ouverture géographique : pour la dernière décennie, les Français, selon les années, voient entre 30-40 % de films nationaux, entre 50-55% de films américains et autour de 10 % de films produits ailleurs. La France est un des pays les plus « ouverts » aux films venus d'horizons divers pour l'offre en salle de cinéma.

<sup>2</sup> En produisant 600 heures (et même un peu moins en 2003) de fiction télévisée par an la France arrive en 5<sup>ème</sup> position en Europe, après l'Allemagne (1800 heures), la Grande-Bretagne (1300 heures), l'Italie et l'Espagne. Elle vient en troisième position pour les sommes investies dans ce secteur. Source : Observatoire européen de l'Audiovisuel.

<sup>3</sup> Entre 1991 et 2001 le nombre de films français diffusés sur TF1, FR2, FR3, M6 et Arte en première partie de soirée est passé de 265 à 216 (baisse de 18, 4 %). Parmi ceux-ci, 43 étaient en première diffusion en 1991 (16,2%) et 55 (25, 4%) en 2001. La tendance à la baisse de la diffusion de films français est aussi visible en seconde partie de soirée : sur ces mêmes chaînes le nombre de films diffusés passe de 199 en 1991 à 142 en 2001. Source : L'économie du cinéma, rapport de Michel Fansten, figurant dans le rapport du Sénat Revoir la règle du jeu, mieux évaluer l'efficacité des aides publiques au cinéma, Yann Gaillard et Paul Lorient, Commission des Finances, mai 2003. L'audience des films de cinéma à la télévision est en baisse constante depuis une dizaine d'années, quelle que soit la nationalité du film. Mais l'audience moyenne des films français est plus faible en moyenne que celle des films américains (source bilan 2003 CNC).

Evidemment, la créativité est un concept malaisé à appréhender : mais en matière de production audiovisuelle ou cinématographique il recouvre la capacité à innover en matière de données formelles (position de l'énonciateur, modalité d'interpellation du spectateur, angle de vue, cadrage, éclairage, composition des images, stylistique, codes et manières narratifs, ou des dispositifs scéniques, ingéniosité du casting etc), d'une part, et sur l'originalité des sujets et des récits, de l'autre. Surtout, la virtuosité artistique s'évalue à la façon dont une réalisation formelle génère du sens, de l'émotion, de l'intelligibilité. On conviendra qu'il est difficile de « décréter » l'inspiration créatrice, mais on peut susciter les conditions pour qu'elle éclore. Telles sont, en tout cas, les missions de l'Etat.

Le succès du cinéma français, le renouvellement et la diversité des programmes télévisés sont redevables à la politique ambitieuse que la France a mise depuis des décennies au service des industries de l'image. Ce système fondé sur les trois piliers, le Compte de soutien, les quotas et la production indépendante, a, à l'évidence, permis l'émergence d'un tissu productif et fait s'épanouir des talents dans les métiers de l'écriture, de la réalisation et de l'interprétation. Ces mécanismes patinent pourtant aujourd'hui, et les critiques qui fusent ne sont pas injustes. Pourquoi ? Deux types d'explication méritent d'être pointés. Tout d'abord, cette politique est davantage tournée vers l'essor industriel que vers les subtilités de la création : ainsi l'essentiel des fonds est alloué automatiquement aux entreprises de production qui abondent au compte de soutien, et pas à des projets particuliers. Elle a installé une machinerie pour produire, mais s'attarde peu sur le « produire quoi » ? Deuxièmement, une myriade de définitions juridiques tente de distinguer les catégories d'œuvres qui relèvent de l'aide publique de celles qui sont vouées au pur marché : ces définitions abstraites marquent leur malléabilité, et ce formalisme, là encore, interdit de s'interroger sur la qualité, la créativité, l'intérêt particulier de tel ou tel projet. Finalement, pour une part importante, ces mécanismes fonctionnent à l'aveugle pour les productions aidées, et ne connaissent que les producteurs qui les engagent. Or financer les artistes et les producteurs et soutenir l'impulsion créative ne se confondent pas intégralement. Enfin, dernier problème : sans remettre en cause le bien-fondé de l'appui accordé à la production indépendante, reconnaissons que cette politique n'a pu éviter une prolifération non contrôlée de sociétés, dont certaines n'ont pas de viabilité économique hors le soutien de l'Etat. Comme dans tous les secteurs de l'action publique se pose alors la question du « produit final » et du service apporté au public ou à la collectivité.

## **LES TROIS PILIERS DE L'ÉTAT DEMIURGE**

Le système d'aide en faveur des industries de l'image incarne la variante moderne de l'Etat mécène, demiurge des arts et des lettres. Dans la psyché française le cinéma est sacré art populaire majeur : cette aura fournit dès lors une entière légitimité à l'action publique, y compris celle attachée à l'audiovisuel. Mais cette politique est par ailleurs instiguée et relayée par les puissantes organisations professionnelles de ce secteur.

Le dispositif actuel, compromis vacillant organisé sous la houlette des pouvoirs publics entre les professionnels du cinéma et de la production audiovisuelle, d'une part, et les diffuseurs, d'autre part, marche sur trois jambes : le Fonds de soutien ; le système des quotas ; la production indépendante. Décrire schématiquement cette architecture juridique constitue un préalable pour cerner notre sujet : les retombées sociales, économiques et culturelles qu'engendre cette politique.



## Le compte de soutien

Parce qu'elle a eu des inventeurs de génie comme Niepce ou les frères Lumière, parce qu'ont émergé des esprits créatifs comme Méliès ou Feuillade, parce que ses élites ont pensé pouvoir user de cette activité artistique pour continuer à insuffler l'esprit de la révolution française<sup>4</sup>, la France a pris très tôt (en 1928 avec l'institution du visa de contrôle) des dispositions étatiques pour aider son cinéma. C'est sous Vichy que sont mises en place les cartes professionnelles, le contrôle des recettes, le régime d'avances à l'industrie, le régime du registre public de la cinématographie. C'est aussi sous Vichy qu'est créé le Comité d'organisation de l'industrie cinématographique, sorte d'ancêtre du Centre National de la Cinématographie. Après la Libération, et après avoir vainement tenté d'obtenir des avantages pour les films français dans les salles, les professionnels du cinéma obtiennent la création d'un fonds de développement de l'industrie cinématographique : par la suite l'action publique en faveur du cinéma n'a cessé de s'amplifier et de s'affiner, s'ajustant subtilement à l'évolution de ce secteur<sup>5</sup>.

Le compte de soutien automatique, pilier du système français, est né en 1948. Il consistait à imposer à la profession cinématographique un effort d'épargne en instituant un prélèvement obligatoire sur la recette en salle, prélèvement qui pouvait être réinjecté dans un nouveau film. Ainsi tout nouveau projet reçoit, après acceptation d'une commission d'agrément composée de professionnels, une subvention automatiquement fixée en fonction des recettes antérieures en salles. Cette subvention est donc liée au succès du film en salle. L'assiette de cette aide a été régulièrement modifiée, s'est complexifiée, et depuis 1987 elle tient compte aussi des prix de cession des films aux chaînes. Le compte de soutien automatique s'est enrichi d'un compte de soutien sélectif (1960), sorte d'aide aux nouveaux talents et aux films d'auteur, d'un soutien sélectif aux courts métrages (1967), puis d'une aide à l'écriture de scénarios (1982)<sup>6</sup>. Dans le cinéma, l'aide automatique représente environ les deux tiers de l'aide totale (62 % selon les prévisions pour 2004).

En 1986, pour faire face à la création de chaînes commerciales et à leurs besoins en productions audiovisuelles, est institué dans la loi de finances un « compte de soutien à l'industrie de programmes » (COSIP), qui fonctionne selon un régime similaire, avec une aide automatique et une aide sélective. Dans une période récente, la proportion du fonds dédié au soutien automatique est de 78 %, le COSIP fonctionnant alors principalement comme une pompe insufflant des aides à la production, sans opérer de sélection sur un critère culturel, de qualité ou d'originalité.

Les fonds alloués par le Compte de soutien (449 millions d'euros) se répartissent entre 46 % pour l'audiovisuel (209 millions) et 54 % pour le cinéma (240 millions). Ils viennent avant tout d'une taxe sur les diffuseurs de télévision (68 %), puis de la taxe sur les prix des places de cinéma (22,5 %), et enfin d'une taxe sur les éditeurs vidéo (8,5 %). La ponction sur les télévisions est passée de 163 millions d'euros en 1992 à 322 millions d'euros en 2003 (+97 %). Socle financier du système, ce média s'impose comme le décideur principal en matière de création audiovisuelle et cinématographique. On voit, enfin, que le total des recettes du compte de soutien, après avoir rapidement progressé pendant huit ans, inclinent à stagner depuis 2001. On doit ici incriminer la crise publicitaire, mais aussi la tentative des chaînes de

---

<sup>4</sup> Jean-Michel Frodon, *La projection Nationale*, ed. Odile Jacob, page 81 et suivantes.

<sup>5</sup> Serge Regourd, *L'exception culturelle*, PUF, mars 2004.

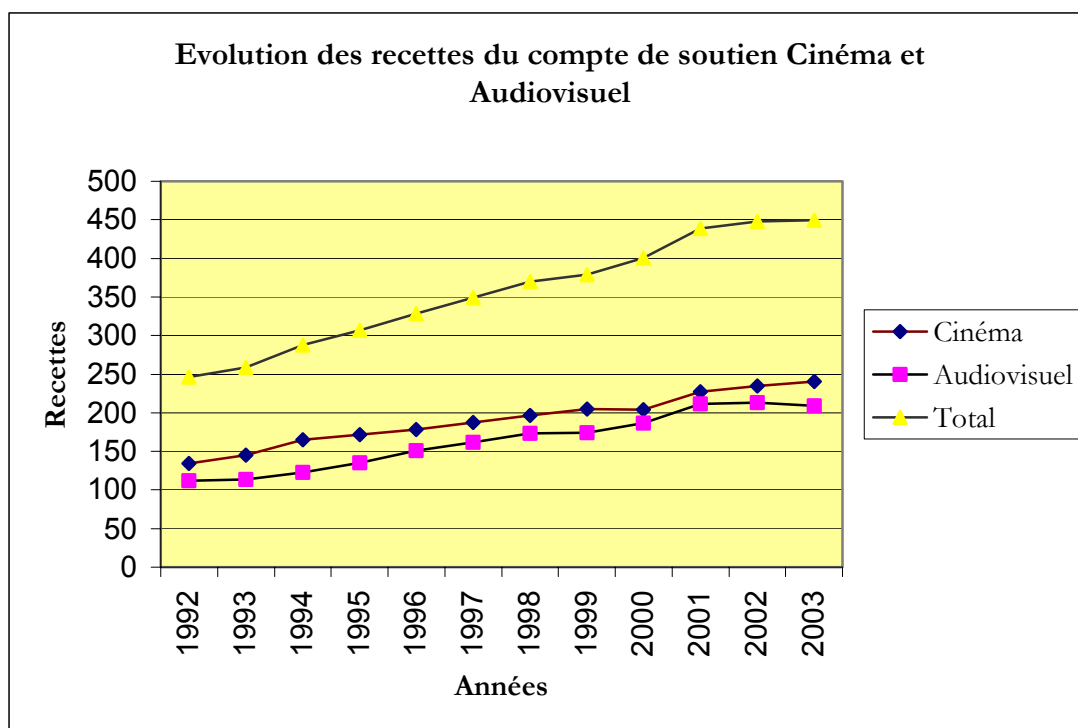
<sup>6</sup> Voir René Bonnell, *La vingt-cinquième image, une économie de l'audiovisuel*, Gallimard, 1989.

développer leurs recettes hors de l'antenne pour ne pas gonfler l'assiette sur laquelle reposent leurs obligations.

### Evolution des recettes du compte de soutien

En M€, prix courants	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
<b>RECETTES</b>												
<b>1 - CINEMA</b>												
TSA	66,2	69,7	71,2	76	76,5	76,5	79	93,3	96,6	96,7	103	106,6
Taxes TV	65,4	69,8	81,9	81,3	89,5	98,2	104,8	96,6	103,7	118	118,8	116,1
Taxes sur la vidéo	0	3,2	9,1	10,7	10,4	11,7	12	13	11,7	10,4	10,8	15,3
Contributions de l'Etat	0,0	0,2	0	1,5	1,5	0	0	0	0	0	0	0
Divers	2,5	2,3	2,6	2,5	0,3	0,8	0,8	2,0	2,0	2,0	2,1	2,1
<b>Total 1</b>	<b>134,1</b>	<b>145,3</b>	<b>164,8</b>	<b>172,0</b>	<b>178,1</b>	<b>187,1</b>	<b>196,6</b>	<b>204,8</b>	<b>214,0</b>	<b>227,0</b>	<b>234,8</b>	<b>240,2</b>
<b>2 - AUDIOVISUEL</b>												
Taxes TV	98	104,9	122,9	132,6	146,2	160,1	171,1	171,7	184,4	209,8	211,3	206,4
Autres	13,9	8,4	0,2	2,6	4,3	2,1	2,1	2,3	2,1	1,8	1,9	2,7
<b>Total 2</b>	<b>111,9</b>	<b>113,3</b>	<b>123,0</b>	<b>135,3</b>	<b>150,5</b>	<b>162,1</b>	<b>173,2</b>	<b>174,0</b>	<b>186,4</b>	<b>211,6</b>	<b>213,2</b>	<b>209,1</b>
<b>Total 1 + 2</b>	<b>246,0</b>	<b>258,5</b>	<b>287,8</b>	<b>307,2</b>	<b>328,6</b>	<b>349,3</b>	<b>369,8</b>	<b>378,8</b>	<b>400,5</b>	<b>438,6</b>	<b>447,9</b>	<b>449,3</b>
<b>Part Ciné</b>	0,55	0,56	0,57	0,56	0,54	0,54	0,53	0,54	0,53	0,52	0,52	0,53
<b>Part Audio</b>	0,45	0,44	0,43	0,44	0,46	0,46	0,47	0,46	0,47	0,48	0,48	0,47

Source : CNC.



## Le système des quotas

Au-delà de l'aide directe via le Fond de soutien, le levier majeur en faveur de la production audiovisuelle et cinématographique repose sur le système des quotas. Peu de temps après sa naissance dans les années 40 la télévision a du manifester sa bonne volonté en faveur du cinéma<sup>7</sup>. D'abord en assurant la promotion du 7<sup>ème</sup> art dans ses émissions, puis en augmentant le prix d'achat des films. En 1971, une « convention de coopération culturelle » signée entre l'ORTF et le ministère des Affaires culturelles instaure le principe qui innerve aujourd'hui la réglementation : la télévision doit participer à la production des films de cinéma<sup>8</sup>. Dans les années 80, cette incitation à l'investissement des chaînes tourne en obligation et est étendue aux programmes audiovisuels. La loi audiovisuelle de 1986 impose à toutes les chaînes hertziennes des obligations de production (un pourcentage du chiffre d'affaires) et de diffusion pour les œuvres cinématographiques et audiovisuelles, et pour toutes les chaînes publiques et privées. Ces obligations seront précisées dans des décrets en 1990, puis 1992 ; notamment le législateur instituera des quotas de diffusion pour les heures de forte écoute. Les chaînes du câble, déjà assujetties depuis 1992 à des quotas de diffusion, moins contraignants toutefois que pour les chaînes hertziennes, se voient attribuées des obligations d'investissements dans la production à partir de l'an 2000, lors de la révision de la loi de 1986, et ces dispositions visent ensuite les chaînes satellitaires. En outre Canal +, depuis sa création, doit investir une part de son chiffre d'affaires dans des achats de droits cinématographiques. En mai 2004, l'accord entre la chaîne cryptée et les organisations du cinéma est revu et fixe à 12 % l'obligation d'investissement en faveur des films européens – 9% sont réservés au cinéma français. Parallèlement et depuis 1995, des obligations d'investissements dans la production audiovisuelle ont été introduites dans son cahier des charges (4,5 % de son chiffre d'affaires).

## La production indépendante, gage de la créativité

Dernier pilier : les dispositifs en faveur de la production indépendante. « En France comme dans d'autres pays, favoriser l'indépendance de la production a été considéré comme un moyen de remplir les objectifs de renouvellement des programmes et de pluralisme » rappelle les chercheurs de l'INA<sup>9</sup>. En fait, par delà la définition juridique qui marque la distance du producteur à l'égard du diffuseur<sup>10</sup>, « l'indépendance » corrèle une large gamme d'objectifs : autonomie éditoriale, diversité (« multiplicité d'idées, de thèmes, d'esthétiques et

---

<sup>7</sup> *Le cinéma à l'épreuve du système télévisuel*, sous la direction de Laurent Creton, CNRS Editions, novembre 2002

<sup>8</sup> Régine Chaniac et Jean-Pierre Jézéquel, *Télévision et cinéma, Le désenchantement*, Nathan/INA, 1998.

<sup>9</sup> Production indépendante et création audiovisuelle, texte introductif de Dana Hastier et Jean-Pierre Jézéquel au numéro des Dossiers de l'Audiovisuel n°105 consacré à ce thème septembre-octobre 2002.

<sup>10</sup> Deux critères cumulatifs définissent la production indépendante (décret 2001-609 du 9 juillet 2001) :

. un critère relatif à l'œuvre qui est réputée « indépendante » sous une multitude de conditions (durée des droits acquis par le diffuseur, « Les contrats ne portent que sur les droits nécessaires à l'exploitation du service diffusé par l'éditeur », chaque mandat de commercialisation fait l'objet d'un contrat distinct, l'éditeur de service ne détient pas directement ou indirectement de parts de producteur, l'entreprise de production n'a pas réalisé, au cours des trois exercices précédents, plus de 80 % de son volume horaire cumulé de production audiovisuelle avec le même éditeur de services)

. un critère relatif à l'entreprise de production qui est réputée indépendante sous deux conditions (le diffuseur ne détient pas, directement ou indirectement, plus de 15 % de son capital social ou de ses droits de vote, elle ne détient pas, directement ou indirectement, plus de 15 % du capital social ou des droits de vote de l'éditeur de service)

même de genre télévisuel »), pluralisme (capacité à exprimer un éventail de points de vues et de sensibilités), créativité voire anticonformisme<sup>11</sup>. Ainsi, les textes encadrant la politique de l'exception culturelle n'ont eu de cesse de renforcer la place de la production indépendante. Les obligations d'investissements dans des œuvres audiovisuelles établies par les décrets Tasca (1990-1992) doivent ainsi bénéficier, pour les deux tiers, à des producteurs non liés à un diffuseur, et les obligations d'investissement en faveur du cinéma pour les trois quarts (décret de mai 1995) à des producteurs indépendants. Les mécanismes de soutien sélectif du CNC sont réservés à des producteurs indépendants.

## **L'EXCEPTION CULTURELLE : UNE POLITIQUE AU SERVICE D'ABORD DE L'INDUSTRIE**

Les plaidoyers qui enrubannent la politique de l'exception culturelle fusionnent toujours admirablement, comme un miracle enraciné dans les industries de l'imaginaire, des objectifs économiques et des visées culturelles. Pas un discours sur cette politique qui ne combine savamment l'ambition industrielle à la fécondation artistique, l'appel à créativité succédant immédiatement à l'obligation de production. Dans cette alchimie réside le pari des pouvoirs publics.

Notre analyse diffère sensiblement et nous déporte assez loin de l'approche classique économie/innovation culturelle. D'abord cette politique a un impact là où on ne l'attendait pas : sur la définition des espaces culturels légitimes. Secondo, son efficacité s'affirme davantage comme levier d'une industrie nationale de programmes que comme ferment de la création culturelle ; mais, tout bien pesée, sa retombée la plus flagrante figure dans le registre politique : la stimulation d'un sentiment identitaire national à travers des œuvres de l'imaginaire et la mise en spectacle du quotidien contemporain.

### **Trois économies, trois univers de légitimité culturelle**

Dans les industries de l'image, la production française est séparée en trois groupes de programmes distincts. La production cinématographique d'une part, et la production audiovisuelle aidée, fiction télévisée et documentaire, dite production de stock, d'autre part, qui fonctionnent sous la bannière de l'exception culturelle. Ensuite, les productions non aidées, jeux, variétés, télé réalité, émissions majoritairement réalisées en plateau, dites programmes de flux, qui sont fabriquées et conçues selon des logiques commerciales proches du show-biz.

Comment l'Etat justifie-t-il d'aider les deux premiers secteurs et non le troisième? Les œuvres cinématographiques, et dans une moindre mesure, les fictions télévisées et les documentaires, jouissent d'une légitimité culturelle que les programmes de flux ne connaissent pas (ils ont une valeur artistique), sont rediffusables (ils ont une valeur patrimoniale), et coûtent plus cher à produire pour une heure donnée. Ainsi, un film de cinéma coûte en moyenne quatre fois le prix d'une fiction télévisée, et une fiction télévisée de *prime time* coûte en moyenne deux fois plus cher qu'un programme de variétés. L'aide apportée par le compte de soutien cinématographique et audiovisuel s'habille donc d'un argument culturel, patrimonial et économique.

---

<sup>11</sup> Jean-Pierre Jézéquel, La production indépendante est-elle définissable? *Dossiers de l'Audiovisuel* n°105, Production indépendante et création télévisuelle, septembre-octobre 2002.

Au sein des programmes aidés, une nette distinction sépare *le cinéma*<sup>12</sup> *des œuvres pour la télévision*<sup>13</sup>. Le cadre juridique (quotas et fonds de soutien) qui entoure l'audiovisuel pose cette différence primordiale - qui n'existe pas dans la réglementation européenne, et qui n'est pas précisée dans le code de la propriété intellectuelle - entre œuvre cinématographique et œuvre audiovisuelle<sup>14</sup>. Ce distinguo, qui ne préjuge pas du produit final, mais est fixé au départ du projet, emporte de multiples implications. Les circuits de financement diffèrent et sont étanches les uns aux autres, les modalités et les circuits de distribution aussi : seuls les films de cinéma obéissent à une chronologie des médias qui réserve la priorité à la diffusion en salle, les autres vecteurs de distribution (vidéo, et les diverses catégories de chaînes) ne venant qu'après<sup>15</sup>.

L'absence de porosité entre ces deux secteurs intrigue, car parfois elle ne se justifie pas. Certes, le cinéma correspond à une activité de prototypes, s'ajustant au regard d'un auteur, alors que les œuvres pour la télévision sont assez souvent fabriquées en séries ou en collection et sont moins inspirées par l'expression personnelle d'un artiste. Certes, le cinéma peut explorer une très large gamme d'univers imaginaires et s'autoriser une complexité d'écriture visuelle, alors que les téléfilms privilégient les dialogues et la lisibilité du texte, en raison de leur caractère intimiste, et leur recherche d'une vraisemblance à l'égard de la réalité<sup>16</sup>. Mais certains longs métrages correspondent aux modalités et codes de conception en cours à la télévision, et certains téléfilms dénotent une flagrante intention d'originalité. Enfin, la distinction entre le mode de consommation de la télévision, familial et *at home*, et celui du cinéma, un public réuni dans une salle, tend à s'estomper avec la vidéo, le DVD et les *home cinéma*<sup>17</sup>. La séparation entre cinéma et production audiovisuelle doit être mise sur le compte de l'histoire propre de ces deux secteurs des industries culturelles, des légitimités qui se sont tissées au fil des ans dans le débat public et les esprits. En France les institutions ont entériné cette distinction et par la même l'ont consolidée, au prix parfois d'une stupéfiante artificialité.

Depuis son origine le cinéma en France est ceint d'une aura culturelle, ainsi que nous l'avons vu. Parallèlement, l'audiovisuel souffre d'un déficit de légitimité auprès des intellectuels et de ceux qui font l'opinion. Au début des années 50, après un séjour dans les studios d'Hollywood où il a étudié jeux et « dramatiques » fabriqués pour la télévision, Théodor Adorno pose les premières pierres d'une analyse qui fera florès par la suite : stéréotypes culturels, vulgarité, rigidité idéologique, univocité de l'information, messages visant à renforcer le conformisme du spectateur, morale facile et sceptique, psychologie de pacotille, il ne voit là qu'une regrettable entreprise d'abêtissement. Herbert Marcuse, Alain Bloom, Neil Postman, Pierre Bourdieu s'engouffreront successivement dans cette voie. Dans le rapport commandé en 2002 par la Ministre de la Culture à Catherine Clément on relève une formule plus subtile, mais sur le fond assez complique : « on peut s'inquiéter de voir triompher à la

<sup>12</sup> Chaque film doit être estampillé par un visa du CNC.

<sup>13</sup> Œuvres qui correspondent à la définition CNC de l'œuvre audiovisuelle.

<sup>14</sup> Ainsi, constituent des œuvres cinématographiques (françaises) « les œuvres qui ont obtenu un visa d'exploitation au sens de l'article 19 du code de l'industrie cinématographique », et constituent des œuvres audiovisuelles « les émissions ne relevant pas d'un des genres suivants : œuvres cinématographiques ; journaux et émissions d'information ; variétés ; jeux ; émissions autres que de fiction majoritairement réalisées en plateau ; retransmissions sportives ; messages publicitaires ; télé-achat ; autopromotion ; service de télétexte. ».

<sup>15</sup> Monique Dagnaud, « Grandeurs et misères de la politique de l'exception culturelle », revue *Politiques et Management Public*, volume 21 ; juin 2003.

<sup>16</sup> Stéphane Benassi, *Les fictions télévisuelles : œuvres ou produits ? in Télévision : notion d'œuvre, notion d'auteur*, sous la direction de René Gardiez et Marie-Claude Taranger, L'Harmattan, 2004.

<sup>17</sup> Vidéo et DVD, Bilan et perspectives, édition 2003, CNC

télévision publique, une vision sociologique de la culture qui construirait le peuple à son idée ».

Les fictions télévisées sont handicapées par ce statut de parent pauvre en comparaison du cinéma. Un rapport de 1991 commandé par le CNC sur le thème « Le statut actuel du téléfilm » est, sur ce point, édifiant : il apparaît que le téléfilm est senti par le public français comme inférieur au film parce qu'il est situé plus bas « dans la hiérarchie des valeurs sociales, culturelles et idéologiques ». Ainsi : « le téléfilm est de l'ordre de la commande, le film de l'ordre de l'initiative personnelle... » ; « en raison des contraintes auxquelles il obéit, le téléfilm est prédéterminé à entrer dans un moule qui exclut toute extravagance » ; « un projet de télévision doit avoir une écriture simple, claire, sans surprise, systématiques ; le film est le lieu des recherches, des expériences ». Dix ans plus tard, alors qu'une florissante industrie de fiction-TV s'est développée, et que ses productions récoltent des scores d'audience spectaculaires comparés aux films français diffusés à la télévision, il est probable que le jugement moral ou esthétique du public n'a pas changé. Le cinéma campe du côté de l'art, les films de télévision du côté des industries culturelles.

Au sein de la télévision une marge supplémentaire sépare les producteurs d'émissions de stock par rapport aux producteurs d'émissions de flux. Etre abrité dans le giron administratif du Cosip et des quotas donne un atout certain aux premiers : avantage financier du compte de soutien, qui permet de compléter les budgets pour des montants qui naviguent entre 12 % et 20 % du prix d'un programme (et parfois plus), mais aussi l'influence et le bénéfice symbolique que procure l'appartenance à un réseau. En effet, producteurs de fictions et de documentaires sont réunis dans plusieurs syndicats professionnels importants, l'USPA et le SPI, le SATEV ou le SPFA en relation constante avec les pouvoirs publics, d'une part, et avec les dirigeants de télévision, de l'autre. Ces organismes professionnels constituent des lieux d'information (quelles évolutions juridiques sont en train de se préparer, quelle transformation va connaître la ligne éditoriale de telle chaîne, qui va être nommé, qui va être viré, etc), et surtout des moyens de pression puissants : rien dans la politique audiovisuelle ne se fait sans eux<sup>18</sup>. Les producteurs de flux, même s'ils fabriquent de temps à autre une fiction ou un documentaire, fonctionnent pour l'essentiel en dehors de ce circuit affinitaire qui rassemble pouvoirs publics, diffuseurs et producteurs abondants au COSIP sous le drapeau de l'exception culturelle<sup>19</sup>. Ils sont donc confrontés beaucoup plus que les producteurs de stock à des conditions de marché concurrentiel vis-à-vis des chaînes, ce qui implique : négocier sur les prix, miser sur le star system en s'affiliant des animateurs (ou si le producteur est lui-même animateur), nouer des relations d'exclusivité avec un diffuseur (au moins sur certains types de programmes). Finalement ils sont assimilés à des entrepreneurs de spectacle, loin de la figure flatteuse qu'incarnent les producteurs de fiction ou de documentaires. Or, s'il est vrai que beaucoup de ces émissions de flux opèrent dans le registre du pur divertissement, et n'hésitent pas à jouer d'effets faciles ou de l'exhibitionnisme pour attirer le chaland, certaines

---

<sup>18</sup> L'USPA, syndicat qui regroupe les gros producteurs de fictions et de documentaires, demande par exemple durant l'année 2004 aux pouvoirs publics :

-de créer les conditions (juridiques et économiques) pour doubler le volume de production de fiction en 5 ans.

-(réunion des producteurs de fiction le 23 juin 2004)

-que FR2 et FR3 double sur trois ans leurs investissements dans le documentaire, avec une augmentation immédiate de 30 % du financement de chaque projet (intervention de Jacques Peskine, délégué général à l'Uspa, au Sunny Side of the doc, Marseille, juin 2004).

<sup>19</sup> Les principaux producteurs de flux (dont Air Prod, Coyote, Endemol, Elephant et compagnie, Réservoir Prod, etc) en réaction à la solide organisation des producteurs de stock, ont annoncé en juin 2004 la création de leur propre syndicat : Le Syndicat des Producteurs et Créateurs d'Emissions de Télévision.

d'entre elles peuvent au contraire avoir une réelle portée citoyenne (ex : émissions de Michel Field, et certains numéros de *Ça se discute*), ou reposer sur un concept original capable de dynamiser des exportations françaises (copyrights de jeux comme Fort Boyard).

L'histoire des industries de l'image et la réglementation ont dès lors créé des univers économiques relativement séparés et symboliquement hiérarchisés entre producteurs de cinéma, producteurs de stock et producteurs d'émissions de flux. Les premiers sont censés travailler dans l'art et la création de l'œuvre unique, les seconds dans les industries culturelles de prestige pour lesquelles la notion d'auteur garde un sens, les troisièmes dans le spectacle et le divertissement. Peu de ces dirigeants d'entreprise effectuent la navette d'un type de programme à l'autre. Certes, tout producteur de fiction télévisée se lance de temps à autre dans un long métrage, beaucoup de documentaristes rêvent d'expérimenter la production de fiction un jour, et tous les producteurs de stock avouent souhaiter recevoir la commande d'une émission régulière de plateau pour assurer les fins de mois. Mais, dans l'ensemble, chaque producteur resserre ses forces sur sa spécialité, ses réseaux professionnels, son savoir-faire.

### **L'industrie plus que la création.**

Une lecture fine de l'édifice réglementaire de l'exception culturelle signale qu'il vise d'abord un objectif industriel. Compte automatique accordé à un producteur dès qu'il a manifesté quelques preuves de sa compétence, prime au succès, quotas d'investissement et de diffusion pour les chaînes, aides régionales et aides à l'exportation, tous ces mécanismes déclenchent une spirale : essor des vocations d'entrepreneurs indépendants et incitation à maintenir une activité régulière de production - notamment parce que le producteur n'a que quelques années pour mobiliser son « compte de soutien ». Pour l'essentiel automatiques, les fonds sont distribués sans que les pouvoirs publics n'accordent le moindre examen au contenu réel ; et les quotas reposent aussi sur ce principe de « neutralité ». Le diffuseur apparaît dès lors comme le décideur ultime des programmes puisque pour les œuvres audiovisuelles le droit de tirage sur le COSIP est subordonné à la commande d'une chaîne : obligation qui n'existe pas dans le cas d'une production cinématographique, et qui pose toute la différence entre les deux secteurs. Dans le cinéma, l'autonomie laissée à l'auteur, souvent aussi réalisateur, ou au tandem auteur/producteur est un principe plus solide que dans l'audiovisuel, secteur où la dynamique du marché, la volonté de toucher un public, est affirmée.

Ainsi, loin d'être affiliée à une conception exigeante et individuelle de l'activité artistique, la politique de l'exception culturelle s'affirme d'abord comme l'instrument d'une industrie de masse de l'image, capable par ses références, et ses récurrences, de susciter un sentiment d'identification et d'appartenance nationale, qui abolit les particularismes sociaux et idéologiques<sup>20</sup>. Financer une industrie de l'imaginaire a une visée hautement politique, l'identité culturelle, et par-là la cohésion sociale, dans les sociétés modernes. Pour le public, baigner dans cette culture de l'image, c'est à la fois vibrer au diapason d'une communauté imaginée, celle de l'ensemble des français, et recevoir un faisceau de codes, messages et repères symboliques qui participent fortement de l'identité collective.

La finalité industrielle n'épuise pourtant pas cette politique car « la contradiction invention-standardisation est la contradiction dynamique de la culture de masse » ainsi que le notait Edgar Morin dans les années 70. Certes, dans ce secteur, « la création tend à devenir

---

<sup>20</sup> Monique Dagnaud, *L'exception culturelle : une politique peut en cacher une autre*. *Le Débat*, à paraître.

production » ; mais instaurer « une zone de création et de talent au sein du conformisme standardisé » s'impose comme un ferment nécessaire pour dynamiser l'industrie des programmes. Ces préceptes, patiemment analysés dans « L'esprit du temps », inspirent pour une part la politique mise en œuvre par l'Etat. Logiquement plusieurs fonds destinés à favoriser l'innovation ont été créés combinant aide sélective pour la production et aide au développement pour certains projets : avances sur recettes pour le cinéma et autres aides ; soutien d'investissement, aide à la préparation pour l'audiovisuel ; aides spécifiques pour l'animation ; aide à la production pour le documentaire, aides aux courts-métrage. Et l'Etat peut toujours bouger le curseur entre subventions automatiques et fonds sélectifs, même si celui-ci demeure stable depuis plusieurs années.

## CREATION ET ACCES AU MARCHÉ

Où va l'argent de la création ? Les moyens sélectifs vont d'abord vers les œuvres de cinéma, 80 millions d'euros pour des films en 2003, dont 24 millions d'euros pour le compte « avances sur recettes », et 56 millions d'euros pour les diverses aides ; parallèlement, 46 millions d'euros sont consacrés à l'aide sélective du COSIP. Dans la production cinématographique les premiers films, fruits du système sélectif, pèsent notablement : en 2003, 68 des 183 films d'initiative française produits avaient été confiés à un nouveau réalisateur (37, 2%) dont 28 d'entre eux avaient reçu l'avance sur recettes. Au total, aides du compte de soutien et aides régionales couvrent 11,2 % du devis des films.

### Budget du compte de soutien d'après la loi de finances

Recettes (M€)	2003	Evaluation 2004	Dépenses (M€)	2003
<b>Section 1 : cinéma et vidéo</b>				
Taxe sur le prix des places (TSA)	106,61	107,17	Avances sur recettes	24,11
Prélèvement spécial sur les films	0,20	0,30	Autres aides sélectives	55,99
Taxe sur les services de télévision	116,11	117,54	Soutien automatique et garanties de prêts :	149,00
Taxe vidéo	15,30	32,00	- à la production et à la distribution	90,00
Autres	1,94	1,70	- à l'exploitation	53,00
			- à la vidéo	3,00
			- à la garantie de prêts	3,00
			Frais de gestion	11,06
<b>Total section 1</b>	<b>240,16</b>	<b>258,71</b>	<b>Total section 1</b>	<b>240,16</b>
<b>Section 2 : Audiovisuel</b>				
Taxe sur les services de télévision	206,43	208,95	Soutien et garanties de prêts :	199,51
Taxe vidéo	2,70	8,0	- soutien automatique	147,72
			- soutien sélectif	46,78
			- garanties de prêts	3,00
			- soutien exportations et industries techniques	2,01
			Frais de gestion	9,62
<b>Total section 2</b>	<b>209,13</b>	<b>216,95</b>	<b>Total section 2</b>	<b>209,13</b>
<b>Total sections 1 + 2</b>	<b>449,29</b>	<b>475,66</b>	<b>Total sections 1 + 2</b>	<b>449,29</b>

Source : Les financements publics CNC info bilan 2003



Une lecture attentive des comptes sélectifs pour l'audiovisuel en 2003 montre la part accordée aux documentaires : 9 millions d'euros comme subventions d'investissements (plus 900 000 euros pour l'aide à l'écriture et à la préparation de documentaires de création, plus un petit fonds pour des documentaires portant sur le cinéma), contre 8,2 millions pour des œuvres de fiction, 1,9 millions pour de l'animation, 2,2 millions pour des magazines culturels et 1,5 millions pour des programmes de spectacle vivant. C'est par ces comptes sélectifs, favorables au documentaire, que s'introduisent de nouveaux entrants (producteurs et réalisateurs) dans le circuit. La faveur recueillie par le documentaire et le spectacle vivant se confirme par un autre biais : en 2003 le COSIP a financé 23,3 % des devis du spectacle vivant, 19,3 % des devis des documentaires, 11,7 % de la fiction, 14,3 % de l'animation. Encore un aperçu : en 2003, le documentaire absorbe 60,8 % des heures aidées par le COSIP, et 37,8 % des aides distribuées, alors que la fiction télévisée absorbe 16,4 % des heures aidées par le COSIP, et 41,2 % des aides distribuées ; à titre de comparaison notons que la fiction absorbait 64 % des heures aidées par le COSIP en 1990. Ainsi, il ressort que les comptes voués à stimuler la création ciblent d'abord le cinéma et le documentaire de création, donc les œuvres de prototypes enracinées dans la notion d'auteur. Précisément les œuvres dont l'accès à un large public est le plus incertain. Pourquoi ?

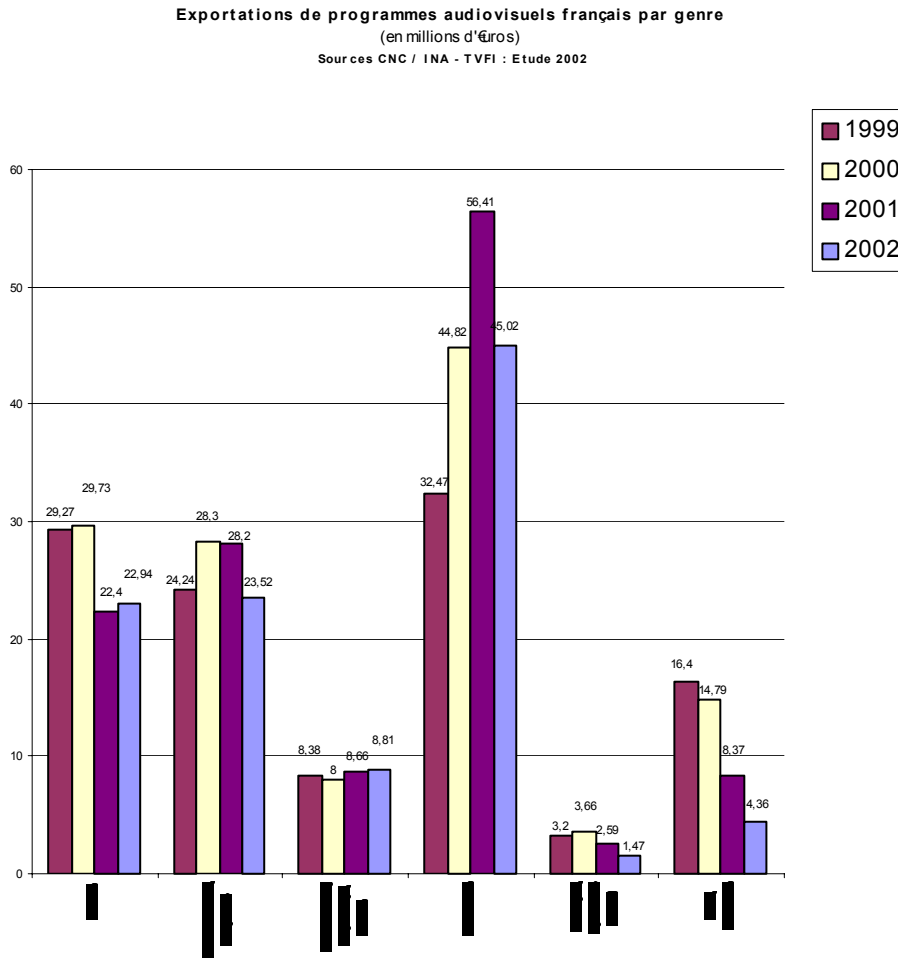
### **Publics conquis**

Remarquons la particularité des activités de l'image : le producteur vend « sur plan », ou disons sous forme de concept, projet ou format, une œuvre virtuelle que les diffuseurs/distributeurs financent presque entièrement, d'abord directement en achetant les droits de diffusion, puis indirectement via le COSIP. Cette négociation n'a pas la même portée pour le cinéma, d'une part, et les divers genres télévisuels, de l'autre, car la taille des marchés et leur accès diffèrent sensiblement.

La vie économique d'un film de cinéma se déroule dans la durée et s'exerce sur plusieurs supports (salle, vidéo, DVD, diverses catégories de chaîne, éventuellement exportation). Et si le succès en salle dope souvent l'audience à la télévision et les recettes du multimédia, des variations existent et des opérations de rattrapage surviennent parfois (*Doberman* de Mathieu Kassovitz a fait davantage recettes sur le marché international qu'en France). Par ailleurs l'économie du cinéma s'apparente à une flambée de casino : il faut jouer de multiples fois pour décrocher éventuellement le gros lot. En 2002, seuls 4 films français ont réalisé plus de 2 millions d'entrées en salle ; 10, en 2001 ; 3 en 2000 ; 3 en 1999, etc. Un chiffre mérite d'être retenu : sur 1296 films de cinéma français sortis en salle entre 1991 et 2001, 701, c'est-à-dire plus de la moitié, ont réalisé moins de 25 000 entrées.

Autre métier reposant sur une dynamique de jack pot et sur une exploitation de longue durée de ses produits : le producteur d'animation. Loin de se situer dans une relation de tête-à-tête avec un diffuseur français qui pré finance son projet (en 2003, la moyenne des apports d'un diffuseur français à un dessin animé est de 21,4 % du devis), ce dernier fonctionne dans une économie monde. Nouer des partenariats avec des producteurs ou diffuseurs étrangers, cumuler des systèmes d'aide publique fréquemment prodigués dans ce secteur, négocier les divers droits attachés à l'exploitation d'un héros de bande dessinée, assurer la déclinaison des produits dérivés : le producteur d'animation doit être un virtuose du droit international autant qu'un esthète du graphisme. En 2003, 43 % des recettes de la production de dessins animés

proviennent de sources étrangères, entre 10 et 20 % des produits dérivés ; l’animation est le premier produit d’exportation des programmes audiovisuels<sup>21</sup>.



Lorsqu’une série devient un programme culte chez les enfants occidentaux, le producteur engrange des sommes colossales sur les divers territoires nationaux et cette manne s’étale sur des années car le public des jeunes se renouvelle tout le temps.

### Publics acquis

En fiction télévisée, la réussite s’évalue en une seule projection. Dans dix ans encore on parlera encore de « L’affaire Dominici » qui a été vue par plus de 12 millions de téléspectateurs sur TF1 le 13 octobre 2003. Ce résultat est soumis aux incertitudes des grilles des autres chaînes ; comme le dit Etienne Mougeotte <sup>22</sup>: « le potentiel d’audience d’un programme a une valeur relative, dans la mesure où ce programme va se situer dans un

<sup>21</sup> Les recettes de l’exportation (ventes, préventes et co-productions) étaient de 28 millions d’euros en 1996, elles sont de 56,4 millions d’euros en 2001, de 45 millions d’euros en 2002.

<sup>22</sup> Interview d’Etienne Mougeotte par Régine Chaniac et Jean-Pierre Jézéquel, La loi d’airain de l’audimat, Hermès, n°37, décembre 2003.

univers de concurrence qui n'est pas maîtrisé par le programmateur ». Un succès entraînera probablement une seconde diffusion, l'été le plus souvent, et l'affaire s'arrêtera là. Les chances d'exportation, restreintes en matière de fiction télévisée, seront davantage liées au thème du téléfilm, ou à son appartenance à une série longue<sup>23</sup>, qu'à sa notoriété, ou son audience sur une chaîne française. Un téléfilm reçoit d'emblée un public important, même si sa part d'audience est faible : s'il atteint 5 %, score médiocre, cela représente quand même plus de 2,5 millions de téléspectateurs. Le public de télévision est captif : à quelques variations saisonnières près, à 20 h 45, environ 20-21 millions de téléspectateurs - autour de 40 % des individus de 4 ans et plus- s'installent devant leur poste...mais fort heureusement, il ne s'agit pas toujours des mêmes ! Cette particularité fait dire au producteur Jean-François Lepetit : « Les paramètres d'audience sont plus aléatoires en télévision qu'au cinéma, pour savoir si le film est aimé par le public ». Dès lors ce qui décide de l'audience d'un programme de première partie de soirée, c'est, pour une part relative, l'attrait de ce dernier - une fiction peut séduire un public qui varie entre 2 et 10 millions de téléspectateurs - mais c'est surtout la décision de la chaîne de commander ce programme et de le diffuser à cet horaire. Si un projet, fiction ou autre d'ailleurs, est choisi dans ce contexte, il est sûr d'être vu par un public de grande ampleur et ce, en une fois.

En télévision de soirée, il y a toujours un marché, contrairement au cinéma en salle...Mais le jack pot est inconnu. Le succès d'audience d'un soir ne garantit ni des ventes ultérieures, ni un empressement de la chaîne à renouveler sa confiance. C'est plutôt l'acculturation du producteur au petit cercle des diffuseurs, par les voies affinitaires que nous avons déjà désignées, qui permettra à une entreprise de s'inscrire dans le lot des fournisseurs habituels, reconnus, parfois attitrés, d'une chaîne : mais à chaque fois la négociation sur un projet repartira quasiment de zéro.

### **Les modalités de la création**

La taille du public, en télévision, dépend donc largement des conditions de l'exposition d'un programme : à quel horaire et sur quelle chaîne ? Les enjeux économiques sont énormes pour l'avant-soirée et la soirée, donc la chaîne paie cher et suit au pas le pas les détails de la fabrication d'une production. Mais ces contraintes tombent en partie en fin de soirée pour une grande chaîne et elles sont inexistantes pour une chaîne locale ou thématique. Pour ces cases, le prix d'acquisition de la chaîne se réduit : le prix d'une émission de plateau d'une grande chaîne se divise par 5 entre un programme de soirée et un programme de fin de soirée. L'autonomie du concepteur ou du créateur s'accroît de ce fait, et il peut s'autoriser de l'audace (aux ressorts multiples, et pas toujours les meilleurs) ou de l'innovation en guettant un public plus motivé que captif. Pour ces cases, l'œuvre de stock (documentaire de création, magazine culturel, captation de spectacle) devient alors éventuellement exigeante et décalée. Mais on doit encore séparer les grandes chaînes des petites. La sélection d'un projet par les premières continue de s'opérer sur des critères propres à la télévision (rythme des images, intensité humaine du sujet, scénarisation, lisibilité de l'écriture, etc). Les critères des secondes sont plus flous, et liberté entière peut être accordée à l'auteur – avec les aléas d'audience que cela suppose, ce qui rapproche alors ces productions télévisées du cinéma.

Dans ces industries de l'image, on vogue d'une conception de l'œuvre originale, fruit de l'imagination d'un auteur, à une conception de l'œuvre qui s'adapte aux usages que font les individus de la télévision. Ces usages sont multiples (divertissement, information, lien social,

---

<sup>23</sup> Le marché de la fiction télévisée repose presque exclusivement sur les séries longues

etc) ; mais on y retrouve de manière récurrente la recherche d'information et de constructions imaginaires sur le monde contemporain. En particulier la télévision propose dans ses fictions<sup>24</sup>, et beaucoup d'autres émissions, des identités sociales virtuelles, d'après le concept d'Erving Goffman : formes normatives de comportements attendus pour chaque catégorie sociale, sur lesquelles les téléspectateurs projettent et s'appuient pour élargir le champ de leur expérience, penser la société, et s'y mouvoir. Par ailleurs, dans les programmes de télévision, les effets de récurrence jouent un rôle primordial, car ils créent des repères dans la grille, de la familiarité et de la complicité avec le spectateur : les grilles sont construites sur le principe des rendez-vous, et les séries sont le produit-roi de ce média.

On trouve, selon que l'on travaille dans le circuit du cinéma ou dans le circuit de la télévision, des actes créatifs différents : l'un incarne l'extrême personnalisation d'une œuvre, l'autre se réfère à la capacité de rendre intelligible au plus grand nombre la complexité du monde. L'un se place d'emblée du point de vue de l'auteur, et tant mieux si le public marche ; l'autre part du point de vue d'une idée ou d'une connaissance du public, et sans nécessairement sacrifier la notion d'auteur, s'emploie à intéresser le public, à le retenir et à le faire revenir. Dans le premier cas, le succès est une heureuse surprise, d'où une économie de casino. Dans le second cas la recherche du succès fait partie des modalités de fabrication, d'où une construction plus formatée, s'appuyant sur un savoir incorporé du programmateur et du producteur, qui relève d'une économie d'industrie de masse faisant coïncider spécificité du produit et potentialité d'audience. Dans le premier cas, on a affaire à une opération de création, dans le second, à un processus de communication.

Il s'agit toutefois moins de différences catégoriques que de tensions entre ces deux modalités de la création : une partie des films du cinéma français se construit en direction d'un public de masse et use des mêmes recettes que les fictions télévisées, avec toutefois des moyens décuplés - ce qui peut se traduire en plus de stars, une variété des décors, des effets spéciaux, etc - d'une part ; et à la télévision, il existe des espaces pour des expériences d'auteur, d'autre part, comme nous l'avons vu. Par ailleurs, l'animation combine des investissements massifs dans la création (6-7 millions d'euros pour concevoir une série) et la mise en place de politiques marketing pour tenter de séduire un public d'enfants à l'échelle planétaire. Pourquoi alors, ne privilégier, en matière d'aide à la création que les œuvres uniques, celles du cinéma et du documentaire ?

Poursuivons cette réflexion sur la création. En fait les dispositifs les plus puissants installés par l'Etat pour favoriser la qualité et la créativité audiovisuelle s'expriment « en creux » : il s'agit de la définition de l'œuvre audiovisuelle qui, en télévision, sépare ce qui est aidé de ce qui ne l'est pas ; et de la primeur accordée à la production indépendante.

## **LE TERRITOIRE DESACRALISE DE L'ŒUVRE AUDIOVISUELLE**

Quels sont les programmes de télévision auxquels l'Etat entend épargner les vicissitudes du marché ? Des œuvres de l'esprit, modelées par la vision originale d'un ou de plusieurs individus, ainsi que le formule le droit d'auteur ? On en est loin. En fait, un curieux fourre-tout, des programmes dont la valeur artistique ou culturelle ne peut être appréciée qu'avec un fil élastique. Entrent ainsi dans les filets de l'exception culturelle aussi bien les

---

<sup>24</sup> Sabine Chalvon, *Séries politiques, les Médias en actes*, INA, 2004

sitcoms college comme *Hélène et les garçons* ou *Les vacances de l'amour*, que les téléfilms inspirés du patrimoine littéraire, comme l'adaptation des œuvres de Balzac ou de Maupassant, que les innombrables séries à héros récurrents, comme *Navaro* ou *Madame le Proviseur*, que les sketches comme *Camera Café* ou *Un gars, une fille*, que les longs reportages de Capital ou d'Envoyé Spécial, que les documentaires de création comme *L'Odysée de l'espèce* ou *Été 44*, que les captations de spectacle de Marie-Claude Pietragalla ou de Dieudonné, que le Spectacle musical de la *Star Academy*, que les épisodes de *J'ai décidé de maigrir*<sup>25</sup>, que les émissions religieuses, que tous les clips ! Le premier mérite de ces émissions éclectiques est de se glisser dans le moule juridique de l'œuvre audiovisuelle. Sur cette définition, qui fixe les gagnants et les exclus des bienfaits de l'Etat, se déploient alors les passions du milieu audiovisuel.

## Les enjeux juridiques

Qu'est-ce qu'une œuvre audiovisuelle ? La question agite les milieux de la télévision depuis près de 20 ans. En application de la loi audiovisuelle de 1986, une première définition de l'œuvre audiovisuelle a été établie par la CNCL, l'instance de régulation qui a précédé le CSA, en 1987 dans une note de terminologie. En résumé, ce terme recouvrait : les fictions<sup>26</sup> et les documentaires, et évoquait la notion d'auteur et d'originalité de l'œuvre ; cette note a été annulée en partie par le Conseil d'Etat, bien qu'elle ait servi de base au travail réglementaire pour les quotas en 1990. La question de l'œuvre a été révisée dans les décrets de 1990, et s'appuie sur une définition « en creux », sans référence au caractère expressif ou original du travail qui l'engendre. Sont considérées comme œuvres audiovisuelles les programmes ne relevant pas des genres suivants : films de cinéma, information, variétés, jeux, émissions majoritairement réalisées en plateau, publicité. Cette évolution tentait un rapprochement avec la définition de l'œuvre fournie en 1989 par la Directive européenne Télévision Sans Frontières<sup>27</sup>, sans toutefois l'adopter intégralement. Ajoutons, pour corser le tableau, que le CSA, qui contrôle les engagements des chaînes dans la production et la diffusion, applique la définition de l'œuvre fixée par le décret de 1990, alors que le CNC, qui gère le COSIP, s'appuie sur une définition interne un peu plus stricte<sup>28</sup>. Autrement dit, certains magazines ou divertissements peuvent être retenus dans les obligations des chaînes, mais ne pas bénéficier du compte de soutien.

Les différences entre les définitions de La Commission européenne (définition extensive), du CSA (moins large), et du CNC (encore plus restreinte) offrent une brèche pour un combat juridique sur la notion d'œuvre. Cette bataille n'est pas nouvelle, puisque depuis longtemps les diffuseurs privés demandent, sans trop y croire, que la réglementation française s'aligne sur la Directive européenne. Parallèlement des producteurs de flux font valoir que certains jeux, conçus avec une scénarisation sophistiquée, par exemple Fort Boyard, mériteraient d'être intégrés dans les œuvres et donc d'être aidés par le COSIP. Aujourd'hui, en plus, l'offre des chaînes s'oriente vers des programmes complexes qui métissent plusieurs genres :

<sup>25</sup> Ces deux dernières émissions ont été retenues par le CSA pour le compte des engagements de production, mais n'ont pas été aidées par le COSIP.

<sup>26</sup> Toutes les fictions faisant appel à un scénario : téléfilms, séries, feuilletons, œuvre d'animation, œuvres théâtrales, les vidéomusiques scénarisées.

<sup>27</sup> Elle exclut des œuvres « les informations, les manifestations sportives, les jeux, la publicité, les services de télétextes et de téléachat » (art 4). Par exemple en 2000, FR2 a diffusé 3 718 heures d'œuvres audiovisuelles (définition CSA) soit 5072 œuvres (définitions directive TSF).

<sup>28</sup> Peuvent être éligibles : les fictions, l'animation, les documentaires de création, les émissions réalisées à partir du spectacle vivant, les magazines d'intérêt culturel et les vidéomusiques.

plateau, séquences de télé réalité, jeux, voire parties « documentaire ». Faire du spectacle avec la vie des gens ordinaires, les soumettre à des épreuves, les montrer dans leur souffrance et leur vulnérabilité, constituent des ingrédients de la télévision moderne<sup>29</sup> : la dynamique conceptuelle des programmes incite donc les diffuseurs à se mobiliser une fois encore pour faire sauter les verrous d'une définition stricte de l'œuvre audiovisuelle. Concrètement, en novembre 2001, la classification par le CSA et le CNC d'une émission de jeu-variété-documentaire de M6, Popstars, comme œuvre audiovisuelle a mis le feu aux poudres. Après de multiples recours juridiques, cette décision semblait avoir pris valeur définitive, quand dans un ultime rebondissement de mars 2004 (dépôt d'une plainte par la SACD auprès du tribunal administratif), cette classification fut annulée.

Le documentaire est au centre de ces débats : ce genre télévisuel est particulièrement malmené par la plasticité de la définition de l'œuvre, puisque tout document s'appuyant sur « la vie réelle » (reportage, séquence majoritairement entrecoupée de plateau, voire jeu accompagné de reportage) peut être aisément « tourné », dans les deux sens du terme, en œuvre. Or une grande partie de la production de documentaires dans les deux dernières années relève de commandes de chaînes thématiques ou locales, correspondant dans l'ensemble donc à des projets à petit budget et peu ambitieux sur le fond : aux antipodes du documentaire de création témoin de civilisation ou reflet de l'air du temps appelé de leurs vœux par les documentaristes ! Le volume de documentaires produits ne cesse de progresser en flèche<sup>30</sup>, certes, mais leur présence est fort discrète sur les grandes chaînes, en particulier aux heures de forte écoute sauf sous forme de reportages longs inclus dans des magazines. Les documentaires ambitieux, qui entendent poser « un regard d'auteur » sur la réalité, ne représentent plus aujourd'hui que le quart et même plutôt nettement moins de la production de ce genre télévisuel. Le rapport remis par David Kessler, directeur général du CNC, au ministre de la Culture le 21 mars 2002 sur la question de l'œuvre audiovisuelle (version CNC) fait ce constat en l'appliquant principalement au documentaire : « le compte de soutien a suivi quasi aveuglément l'évolution du marché ...et a depuis quelques années trop privilégié la dimension industrielle de ses objectifs au détriment d'une politique culturelle ». Il suggère quelques aménagements techniques et conclut sur la proposition de nouvelles concertations, qui pour le moment n'ont pas abouti.

Le CSA n'est pas demeuré en reste sur ce terrain miné. Il lance une consultation publique auprès de l'ensemble des acteurs de l'audiovisuel en janvier 2002, toujours dans le sillage de l'affaire Popstars. Sa préoccupation concerne la définition de l'œuvre audiovisuelle telle qu'elle est définie pour l'application des quotas de production et de diffusion dans les fameux décrets Tasca. Il apparaît alors que :

- les diffuseurs préfèrent dans l'ensemble garder la définition en l'état, en particulier car elle permet de conserver « un certain pragmatisme » dans un corset réglementaire rigide et qu'elle garantit une certaine sécurité juridique. Seule ACCeS, association qui représente les chaînes du câble et du satellite, se prononce en faveur d'une définition large calquée sur le droit audiovisuel européen.
- les producteurs d'émissions de stock s'affirment en faveur d'une définition positive et restreinte de l'œuvre audiovisuelle resserrée sur les genres télévisuels à vocation patrimoniale (fiction, documentaire, animation). Les producteurs d'émission de flux, pour leur part, prennent position en faveur d'une définition plus souple qui se rapprocherait de la Directive

---

<sup>29</sup> Dominique Mehl, *La télévision de l'intimité*, le Seuil, 1996. Voir aussi le numéro de *Médiamorphoses* consacré à Big Brother, juin 2003.

<sup>30</sup> 400 heures de documentaires ont été produites en 1994, 1464 heures en 1998, 2748 heures en 2002, 2466 en 2003.

européenne. Les représentants des agences de presse requièrent que l'on crée un nouveau genre protégé : le documentaire « d'information ».

- les auteurs adoptent la posture la plus rigide. Ils se prononcent en faveur d'une définition unique de l'œuvre audiovisuelle identique pour le COSIP et pour les quotas, avec un objectif politique unique de défendre la diversité culturelle. Ils insistent sur la vocation patrimoniale des œuvres qui devraient être retenues et proposent une définition positive : « Constituent des œuvres audiovisuelles : la fiction, l'animation, le documentaire de création et la recréation de spectacles vivants, qui reflètent des créations originales et le point de vue original d'un ou de plusieurs auteurs, personnes physiques ».

A la suite de ces auditions le CSA argumente dans un premier temps en faveur du statu quo (juillet 2002). Puis consulté à nouveau en mars 2004 par La Direction des Médias et le CNC, il rend un avis sensiblement différent et propose une évolution du dispositif des quotas de production ; il suggère de ne plus retenir les parties « plateau » des émissions prises en compte et ceci afin de « remédier au contournement de l'esprit de la réglementation » (mai 2004). Jugeant cette proposition trop timide la SACD demande en juin au Ministre de la Culture de proposer un plan d'ensemble pour dynamiser et mieux financer la Création audiovisuelle.

La valse hésitation des pouvoirs publics manifeste leur inconfort : entre le marteau, les producteurs et auteurs, et l'enclume, les diffuseurs - qui financent le COSIP et presque l'intégralité du coût des contenus - ; entre une conception « dure et pure de l'œuvre audiovisuelle » et une conception molle qui laisse s'y engouffrer une multitude de programmes fort éloignés des œuvres de l'esprit qu'avaient imaginées les initiateurs de la politique française en matière d'aide culturelle.

En 2004 pas une réunion publique des organisations de scénaristes ou de producteurs audiovisuels ne se conclue sans un appel à une réforme visant à réaffirmer et consolider la dimension « créative » et patrimoniale de l'œuvre audiovisuelle.

### **Autres fragilités**

La notion d'œuvre audiovisuelle mérite sa mise en cause car elle abrite, pour une part, des programmes peu guidés par une ambition créative, ce qui dévoie de leur sens les missions culturelles de l'Etat. Mais la sacralisation de l'œuvre audiovisuelle soulève d'autres problèmes. Ainsi il apparaît somme tout incongru d'aider avec une même intensité que les autres fictions des séries largement installées sur les écrans, comme *Une femme d'Honneur*, *L'institut* ou *Maigret* qui, a priori, n'ont plus besoin d'être subventionnées après tant d'années de succès. Ajoutons que la dimension patrimoniale, qui constitue l'argument principal de la contribution publique à certains programmes marque sa fragilité, en particulier pour la fiction qui, en outre, requiert les investissements les plus lourds. Seules les généralistes sont capables d'engager de gros budgets dans ce genre télévisuel, mais en retour elles en font des événements-phares de la programmation de soirée, emblématiques de leur identité de chaîne. Dès lors ces fictions sont traitées comme des exclusivités, par conséquent les chaînes ne produisent pas entre elles, et même au sein du pôle des télévisions publiques les partenariats

sont peu nombreux, et surtout elles rediffusent peu : en prime time, selon les années, 70-75 % des fictions diffusées sont des inédites<sup>31</sup>.

L'argument patrimonial garde par contre toute sa valeur lorsqu'on l'applique au documentaire notamment au documentaire de création, et à la captation de spectacle : ce genre télévisuel fait plus souvent l'objet de co-production entre chaînes, il circule plus facilement, en particulier à l'étranger<sup>32</sup>. En outre, cette valeur patrimoniale s'apprécie à l'aune de la constitution d'un patrimoine historique d'images sur notre époque, une sorte d'iconographie pour les générations futures-indépendamment donc de sa valeur d'antenne.

La notion d'œuvre audiovisuelle marque sa plasticité. La faiblesse de cet étalon apuré et si neutre - conforme à l'esprit d'impartialité de l'Etat -, est qu'il est suffisamment vague pour que les chaînes en contournent le sens à leur propre bénéfice ! Or, et ceci accroît la difficulté d'une réforme, les chaînes n'acceptent l'ensemble du système de l'exception culturelle, presque intégralement financé par elles, rappelons-le une nouvelle fois, que parce qu'elles y trouvent leur compte. Une définition infiniment plus stricte, plus ambitieuse de l'œuvre audiovisuelle engendrerait sûrement de leur part une levée de bouclier, ou la revendication d'une baisse de leur contribution au COSIP.

## **LA PRODUCTION INDEPENDANTE : LA DIVERSITE CULTURELLE ET LA PRODUCTION « EN ROUE LIBRE »**

Dans la télévision de monopole, lors des années 60-70, le producteur n'existe pas pratiquement pas. Le réalisateur, professionnel alors hissé sur un piédestal, lui concède la partie gestionnaire au sein de la chaîne et ne voit en lui que « le financier implacable ». C'est l'envol des réseaux, et l'avènement des télévisions commerciales qui renforcent sa position au sein du système<sup>33</sup> audiovisuel ; par la suite le passage d'une fiction de prototypes à une fiction sérialisée qui le place au centre ; enfin l'engagement d'entrepreneurs dans la fabrication d'œuvres d'animation à partir des années 95-96 qui assoit définitivement son ancrage. S'installe alors dans les esprits un dogme, solidement enraciné dans la réglementation : l'indépendance de la production garantit la créativité et la diversité culturelle. Et par conséquence, l'activité productive s'externalise des chaînes.

### **Prolifération et concentration des maisons de production**

Émerge ainsi un tissu de maisons de production indépendantes, mouvement qui s'est amplifié fortement après les décrets Tasca. Le nombre de producteurs croît sans coup férir de 80 à 100 par an depuis le début des années 90 et les actifs travaillant dans la production de films pour la télévision ont plus que doublé en dix ans, passant de 2840 en 1990 à 6260 en 1999<sup>34</sup>. Les entreprises de production télévisuelle se dénombraient à 371 en 1989, 673 en 1996, et 1094 en 2000 dont 299 consacrées à la production de programmes de flux et 795 aux programmes de stock. Mais certaines de ces entreprises figurent sur le papier et ne sont pas en

---

<sup>31</sup> La fiction française en prime time, saison 2002/2003, Espace TV Communication. Etude qui exclut les grilles de l'été.

<sup>32</sup> Les exportations de documentaires, magazines, information et reportage représentent un volume financier plus important que celui de la fiction : en 2002, 323 millions d'euros contre 22,9 millions d'euros pour la fiction (même tendance pour les années précédentes).

<sup>33</sup> Hélène Djilas, Producteur : une nouvelle génération, *Les Dossiers de l'audiovisuel n° 14*, juillet-août 1987.

<sup>34</sup> Benoît Danard, note interne au CNC.



activité. En 2002, le CNC qui travaille presque essentiellement avec des maisons de production de stock, recensait 708 entreprises dont 60 (8,5 %) réalisent 50 % de la durée de la production aidée. 12 maisons de production réalisent la moitié des durées dans le secteur de la fiction ; 54 dans le secteur du documentaire, 6 dans l'animation, 7 dans la captation du spectacle vivant. Sur ces 708 maisons de production, 673 (95 %) étaient « indépendantes » d'un diffuseur.

La concentration de la production est particulièrement nette pour les cases fiction de « prime time » : l'étude d'« Ecran total »<sup>35</sup> (qui porte sur la diffusion sur les chaînes hertziennes) montre que 5 regroupements de sociétés de production (Lagardère Active, Telfrance, Studio Expand, JLA Hamster, et Télé Images International), représentant 15 unités de production, ont financé 327 heures de fiction de prime time (57 % de la durée) en 2002, contre 245 heures produites par les 45 entreprises suivantes de plus petite taille. Ainsi le pôle Lagardère Interactive produit 23 % des fictions de prime time, en s'appuyant sur cinq entités différentes ; la principale d'entre elle, GMT (instigatrice de Julie Lescaut), représente 46 % (54 heures) de ces heures diffusées, dont 24 heures pour TF1, 13 h 30 pour FR2, 4 h 30 pour FR3, et 9 h pour Arte. Dans le secteur de la fiction, il est difficile de parler d'affermage d'un producteur à un diffuseur, on observe une relative dispersion des clients pour chaque maison de production, même si peuvent exister certains tropismes en raison du poids des séries télévisées dans ce genre de calcul.

La concentration demeure importante pour les entreprises de production de flux, mais elle est moindre que pour la fiction de prime time : l'étude d'« Ecran Total » (qui porte sur les chaînes hertziennes) de 2002<sup>36</sup> fait apparaître que 5 groupes d'entreprises (Endemol, Réservoir Prod, Lagardère Active, Fremantle Media et Studio Expand), soit 24 unités de productions, fabriquent 53 % des programmes de flux diffusés par semaine et commandés à des producteurs extérieurs (78 heures pour un total de 147 heures), le reste étant réparti en une myriade de petits producteurs indépendants. Notons d'ailleurs que dans le secteur de la production de flux les chaînes font encore pour une part appel à leurs propres filiales<sup>37</sup> : par exemple, en 2002, les filiales internes de M6 produisaient 24 heures par semaine pour la chaîne ; la proportion est plus mineure pour TF1 (4 h 30). Enfin dans ce secteur, l'affermage du producteur à une chaîne est plus flagrant (Endemol avec TF1, Réservoir Prod avec FR2, VM avec M6)<sup>38</sup> que pour les programmes de stock, en raison des clauses d'exclusivité sur un type de programme ou de contrat sur un volume d'affaires (ex : Endemol avec TF1, ou V9 avec M6 dont il est la filiale). Néanmoins aucune maison de production de flux indépendante n'est affiliée à un seul diffuseur ; toutes tentent de diversifier leurs sources de commandes, en ayant soin d'éviter les effets parasites - émission de format similaire vendue à des chaînes concurrentes.

A titre de comparaison avec la production audiovisuelle, l'industrie cinématographique repose sur un nombre plus restreint de sociétés. En 1989 se déclaraient 562 sociétés de production de cinéma, en 1996, 775 et en 2000, 882. On trouve une déperdition encore plus vive d'entreprises en faible ou non-activité que dans l'audiovisuel. Le CNC qui agrée et finance les films recense 133 sociétés en 2002, dont les plus « actives » (Europa Corp, entreprise de Luc

<sup>35</sup> Ecran Total n° 480, 17-23 septembre 2003.

<sup>36</sup> Ecran Total, n° 487, 5-11 novembre 2003

<sup>37</sup> Une étude interne au CSA en 1997 (sur les quatre premières chaînes) montre que les productions internes de flux recouvre 34 % du volume horaire total de la production de flux.

<sup>38</sup> VM Production réalise 54 % de son CA avec M6.

Besson) et Gemini films (Paolo Branco) ont réalisé chacune 6 films. Cette même année, 105 entreprises de production n'avaient produit qu'un seul film.

Ainsi l'expansion des marchés de la diffusion et la réglementation ont créé dans l'audiovisuel un tissu de petites entreprises, dont l'inclination aujourd'hui est de se fédérer entre elles, et/ou de créer des filiales, ou de venir chercher l'abri d'un groupe industriel (comme Lagardère Interactive, Télé Images, ou Carrère par exemple). La concentration est en marche, notamment pour les producteurs d'émissions de prime time, mais elle peut prendre plusieurs figures et l'idée d'une indépendance capitaliste par rapport aux chaînes continue de prévaloir puisqu'elle constitue une des clefs de voûte du dispositif de l'exception culturelle. Par ailleurs, la dynamique de la concentration est loin d'être uniforme. Clairement posée pour les grands producteurs de fiction-TV, elle caractérise aussi les producteurs d'émissions de flux : mais contrairement aux premiers ces derniers doivent se partager les marchés de la diffusion avec des producteurs internes aux chaînes. Celles-ci d'ailleurs ne rencontrent aucune résistance réglementaire pour créer leur propre filiale, puisque les émissions de flux se situent hors du mécanisme du COSIP et des quotas.

Les secteurs du documentaire et du cinéma se distinguent par la domination de petites entreprises de type artisanal : c'est là où souffle le plus « l'esprit », l'ambition culturelle et innovatrice de la politique mise en œuvre par les pouvoirs publics. Mais dans ces deux derniers domaines au moins la moitié de la production se présente carrément « hors marché » ou plutôt correspond à des logiques de minuscules niches. « Sur les 200 films agréés en 2002, une centaine seulement est considérée comme des films « dans le marché », rencontrant un public suffisant pour les rendre rentables. » Ce diagnostic issu du rapport de Jean-Pierre Leclerc sur « Le dispositif français de soutien à la production cinématographique »<sup>39</sup> est récurrent dans les multiples rapports qui ont été effectués sur le cinéma français. Par ailleurs, en 2003, le COSIP a aidé 2456 heures de documentaires dont seulement un peu moins de la moitié est destinée à être diffusé sur une chaîne hertzienne, soit sur France 5 dans la journée (304 heures) soit sur Arte (263 heures), soit sur une autre chaîne publique (93 heures pour FR2, 304 heures pour FR3), ou une chaîne privée (65 heures pour TF1, 69 heures pour M6, 47 heures pour Canal +). Ces œuvres, portées par une vision d'auteur, nourrissent le cénacle « art et essais », et plutôt que de gagner une visibilité dans les médias de masse elles ambitionnent de circuler dans les festivals et/ou, si possible, sur des chaînes culturelles (Arte, Mezzo, Planète, etc) ou locales.

---

<sup>39</sup> Jean-Pierre Leclerc, *Réflexions sur le dispositif français de soutien à la production cinématographique*, rapport établi à la demande du ministre de la culture et de la communication, janvier 2003. [www.ddm.gouv.fr](http://www.ddm.gouv.fr)

## Le documentaire

Evolution du volume de documentaire produit (heure)

Années	Nombre de dossiers aidés	Volume en heures	Coût horaire (K€)
1997	-	1153	-
1998	-	1464	-
1999	1331	1880	133,9
2000	1640	2262	141,0
2001	1826	2539	120,7
2002	1999	2749	134,0
2003	1870	2456	135,2

Source : CNC info 290 mars 2004-07-28

Le décryptage de l'économie de la production indépendante révèle dès lors des aspects insoupçonnés : la confection d'une myriade de films (cinéma ou documentaire) peu inscrits dans les circuits de distribution, non destinés à un public de masse, à propos desquels il est difficile de mesurer s'il s'agit d'un gaspillage, d'un soutien à des pratiques amateurs, rejoignant par-là certaines caractéristiques du problème des intermittents, ou de la nécessaire contribution artistique à une industrie qui doit beaucoup « inventer » et expérimenter pour obtenir quelques grands succès.

## Le couple producteur/diffuseur

La question de la production indépendante se complexifie lorsqu'on soulève le voile des relations producteurs/diffuseurs : cette articulation économique mérite toute l'attention. La plupart des entreprises de production télévisée, si elles ne comportent aucun lien capitalistique à l'égard des diffuseurs, en revanche, relèvent entièrement de leurs commandes, en particulier pour les programmes les plus onéreux comme la fiction télévisée et certains documentaires, qui n'ont comme clients que les cinq chaînes hertziennes. Beaucoup de producteurs le soulignent avec humour : « je suis indépendant très dépendant ». Mais cette dépendance est plus marquée encore que le schéma théorique des mécanismes de financement semble l'indiquer. Le COSIP pose comme condition à son accès que le producteur apporte au moins 5 % du coût d'un programme. Dans la réalité, grâce à une certaine surestimation du devis présenté à l'Etat, le producteur finance son opération uniquement par l'apport du diffuseur, du compte de soutien et d'autres moyens soit publics (Procirep, aides régionales, aide de ministères, de musées, etc), soit privés (coproductions ou pré-ventes avec une chaîne ou un producteur étranger) ; ce mécanisme de contournement existe aussi pour le cinéma, ainsi que le suggère le rapport Leclerc. Ainsi lorsque les bilans du CNC indiquent que pour 2003 les producteurs ont participé pour 12,6 % au financement des fictions télévisées, ou pour 19 % au financement des documentaires, il s'agit vraisemblablement de pourcentages exagérés. En conséquence, la part des apports des diffuseurs ( 63,7 % pour la fiction et 41,7 % pour le documentaire) et du COSIP (11,7 % pour la fiction et 19,3 % pour le documentaire) est sans doute minorée.

Finalement, le COSIP et les chaînes commanditaires constituent les sources presque uniques du financement des œuvres de stock. Pour les programmes de flux la situation s'affirme encore plus caricaturale : le producteur agit comme un prestataire de service, car la chaîne achète un produit d'exclusivité et le paie intégralement. Financièrement, les producteurs sont donc solidement liés aux orientations et décisions programmatiques des chaînes, et pour l'essentiel celles-ci sont en position de peser sur les prix. L'expression « indépendance » de la production est alors prise en défaut, car hors la première chaîne commanditaire le producteur fonctionne sur un marché très étroit. Les œuvres de stock peuvent se vendre à des chaînes thématiques, mais leurs budgets sont très limités, ou à l'étranger, mais il est difficile de faire voyager commercialement des programmes identitaires français. Et le second marché n'existe pas pour les œuvres de flux, en principe non rediffusables.

En revanche, quelle est la marge de manœuvre éditoriale des producteurs et leur capacité à assurer une diversité et une créativité des programmes ? Sur ce terrain, la réponse est délicate, et mérite d'être nuancée. Responsables d'unités de production dans les chaînes et (grands) producteurs se fréquentent et échangent en permanence des idées sur les projets possibles, les attentes supposées des publics, les thèmes qui semblent marcher, les valeurs sûres comme comédiens ou animateurs, les succès à l'étranger etc. C'est à travers la socialisation du milieu audiovisuel que s'esquissent certaines orientations thématiques ou conceptuelles des émissions. Mais presque toujours les propositions précises de programmes émanent des producteurs, souvent en liaison avec des auteurs (ou l'inverse, un auteur s'appuie sur un producteur et fait tandem avec lui). Ensuite, la chaîne décide, et dans le circuit des infinies micro-décisions qui aboutissent à la réalisation d'un programme (dispositifs, scénarios, casting, durée, etc) elle peut influencer sur beaucoup d'aspects. Ce souci d'intervention, nous l'avons vu, se manifeste d'autant plus qu'un programme est destiné à une case stratégique, et se marque davantage pour les programmes audiovisuels que pour le cinéma. Il atteint d'ailleurs un point culminant avec les programmes de magazines ou de télé réalité de soirée : là, chaque détail de la composition de l'émission est suivi et discuté par le diffuseur. Mais finalement, ces interactions ne diffèrent pas tant des relations fournisseurs-clients telles qu'elles existent dans n'importe quel secteur industriel.

La concentration de la production, déjà observée, est-elle liée à la capture d'un producteur sur les commandes d'une chaîne ? Les bilans de chaînes publiés par le CSA permettent de se faire une idée. Pour TF1, la polarisation des fournisseurs est marquée : la chaîne a financé 158 heures de fiction en 2002, et fait appel à environ 25 producteurs, mais quatre grands producteurs recueillent près de la moitié des contrats (Marathon 26 heures, DEMD 24 heures, GMT 14 heures, Dune 11 heures). La chaîne a financé 81 heures d'animation, et fait appel à 14 sociétés dont 6 captent 77 % (62 heures) des contrats ; l'appel à des fournisseurs maison pour les programmes de divertissement et de télé réalité apparaît aussi (Endemol, Glem) mais pour les documentaires et les magazines, ce resserrement sur quelques producteurs existe moins. Pour M6 on observe la même inclination pour les commandes de fiction : plus de 50 % d'entre elles vont à quatre producteurs ; pour le documentaire et les magazines, on observe le recours extrêmement fréquent à VM Group, C productions et surtout Metropole Production, filiale de la chaîne. Par contre, les chaînes publiques ouvrent large l'appel aux ressources de la production indépendante. Par exemple en 2002, FR2 a produit 120 heures de fictions et s'appuie sur près de 100 producteurs, dont les premiers ne totalisent que de 15 heures (TelFrance) à 10 heures (Son et Lumières, Fit Production). On observe cette même diversité dans les commandes de fiction de FR3. Et la dispersion est encore plus grande dans les émissions documentaires sur toutes les chaînes publiques, en particulier France 5 et Arte. En

revanche on remarque la concentration des commandes d'animation de FR3 : 40 heures produites dont 32 heures à deux sociétés (Alphanim et Prima Lenea Productions).

## La fiction

Evolution du volume de fiction produit (heure)

Années	Nombre de dossiers aidés	Volume en heures	Coût horaire (K€)
1997	-	631	-
1998	-	679	-
1999	359	634	760,4
2000	305	708	819,4
2001	277	717	845,8
2002	315	712	914,7
2003	289	667	895,7

Source : CNC info 290 mars 2004-07-28

On trouve donc selon les types de diffuseurs deux tendances distinctes. Pour les chaînes privées<sup>40</sup>, qui, TF1 en tête, diffusent majoritairement des séries, la concentration est nette pour la production de fiction ; et pour le reste des programmes, existe une pluralité de fournisseurs, avec une tendance à recourir à des producteurs maison, éventuellement filialisés, pour les émissions de plateau, ainsi que nous l'avons vu. Pour les chaînes publiques, qui diffusent encore beaucoup de fictions unitaires et de collections<sup>41</sup>, la dispersion des commandes est vive pour tous les types de programmes. Le secteur public se caractérise donc par la diversité de ses sources de production. Pour un producteur, même petit, cela signifie un accès plus facile aux responsables de production des chaînes : un mouvement qui a priori privilégie l'émergence de projets originaux ou à caractère décalé- impression qui ressort de notre enquête sur les producteurs. C'est donc l'alliance production indépendante/chaînes publiques qui paraît vertueuse, génératrice de diversité, plus que la production indépendante en elle-même<sup>42</sup>.

Mais la dyade producteur/diffuseur prend aussi un autre visage, assez énigmatique. Une solidarité des « petits » (producteur artisanal/chaîne locale ou thématique) se noue pour utiliser toutes les ressources du COSIP, afin de produire, à prix modeste, du documentaire et réaliser des captations de spectacles. Ainsi un projet non retenu par un réseau hertzien peut se voir financé, moyennant quelques contournements des dispositifs du COSIP, par une petite chaîne locale ou thématique – en fait en gonflant artificiellement le devis, ce qui fait du

<sup>40</sup> Pour TF1 en 2002/2003, les séries représentent 88 % de l'offre de fictions françaises inédites et 100 % des fictions rediffusées en prime time ; et les fictions unitaires représentent 2% de l'offre de fiction inédite en prime time . Sur M6 les séries représentent 58 % de l'offre de fiction inédite en prime time. Et les unitaires 42 % de cette offre.

<sup>41</sup> Pour FR2, l'offre de fiction inédite en prime time comprend 28 % de fictions unitaires, 21 % de mini-séries et feuilletons, et 51 % des séries : pour FR3 les chiffres sont respectivement de : 59 % d'unitaires et de collections, 19 % de mini-séries et feuilletons et 22% de séries.

<sup>42</sup> On peut aussi poser une question « interdite » : la production indépendante n'est-elle pas devenue aussi un moyen pour les chaînes d'externaliser les coûts et les soucis de la fabrication de programmes ?

Compte de soutien le financeur essentiel de ce type de programme<sup>43</sup>. Les chaînes thématiques et locales ont commandé des programmes dont les devis se montent à 168,2 millions d'euros en 2003<sup>44</sup> ; cette année-là, l'ensemble des devis de la production audiovisuelle aidée est de 1140 millions d'euros, donc les petites chaînes représentent 14,7 % de cette production ; mais si l'on prend la part investie par les chaînes dans la production d'œuvres, les « petites chaînes » couvrent 10% des investissements ; et si l'on retient les subventions accordées par le COSIP pour aider les diffuseurs, les petites chaînes en perçoivent 22%. Le nombre d'heures de documentaires « initiées » par des chaînes thématiques est passé de 237 heures en 1998 à 709 heures en 2003, le nombre d'heures de captation de spectacles est passé de 26 heures à 180, et celle de magazines de 71 heures à 205 pendant cette même période ; et en 2003 les chaînes locales ont initié 448 heures de documentaires et 93 heures de spectacle vivant. Dans ces genres télévisuels, presque la moitié des heures produites échappent à une diffusion sur une grande chaîne. La facilité avec laquelle se montent ces opérations surprend : peu de projets sont refusés par les petits diffuseurs alors que la bataille de tout producteur pour convaincre une grande chaîne est toujours ardue. Que valent ces œuvres destinées à un public restreint, grâce auxquelles le producteur, d'abord, fait tourner sa maison de production ; que valent ces œuvres plutôt destinées à circuler dans les festivals qu'à gagner une visibilité sur l'écran de télévision ? Là réside un grand mystère du compte de soutien : cette prolifération de films correspond-elle à une souplesse bien heureuse du système, donnant lieu à l'essor d'une production particulièrement innovante et originale ? Ou manifeste-t-elle une dérive du système, celui-ci soutenant alors des pratiques amateurs, ou semi-professionnelles, complètement hors marché, et hors public ? Une partie des petits producteurs indépendants vit de cette économie acrobatique : c'est par ce biais que naît l'hémorragie des nouvelles sociétés de production. Est-ce un vivier pour le futur, ou est-ce un encombrement qui freine l'expansion de la production audiovisuelle, notamment des maisons de taille moyenne, ce qui fait dire à beaucoup de dirigeants des sociétés installées : « nous sommes trop nombreux » ?

Sur ce terrain, la question de la production indépendante s'articule avec celle qui touche l'emploi culturel et notamment l'intermittence dans l'audiovisuel<sup>45</sup>. Une partie de ces petits producteurs sont rémunérés comme intermittents soit en tant que tel, l'entreprise a alors un gérant, soit parce qu'ils sont eux-mêmes réalisateurs. Dans la société contemporaine, l'image de l'artiste fait rêver, il incarne le désir d'autonomie et d'expression de soi, des valeurs hautement prisées. « Le travail artistique est conçu comme le modèle du travail non aliéné par lequel le sujet s'accomplit dans la plénitude de sa liberté en exprimant les forces qui font l'essence de son humanité » écrit Pierre-Michel Menger<sup>46</sup>. Ainsi des individus venus de tous les horizons scolaires ou professionnels embrassent ce statut d'entrepreneur/créateur, parfois parce qu'ils se perçoivent eux-mêmes comme artiste, souvent parce qu'ils aspirent à être les « accoucheurs » des auteurs. L'explosion du nombre de producteurs s'enracine dans cette transformation du rapport au travail.

---

<sup>43</sup> Cette sorte de détournement a incité le COSIP en 2004 à mettre en œuvre une réforme qui rehausse le minimum d'apport financier de la chaîne pour le programme.

<sup>44</sup> Sur ce montant les chaînes thématiques et locales auraient apporté 56 millions d'euros, le COSIP 44, 8 millions, le reste, 89 millions d'euros, provenant des producteurs et éventuellement d'autres sources.

<sup>45</sup> Selon le rapport Gourinchas (2003) les intermittents représentent 21 % de l'offre de travail dans les sociétés de l'audiovisuel public. [www.ddm.gouv.fr](http://www.ddm.gouv.fr)

<sup>46</sup> Pierre-Michel Menger, *Portrait de l'artiste en travailleur*, Le Seuil, 2002.

## UNE POLITIQUE PERCLUSE DE CONTRADICTIONS

A la lumière de toutes ces analyses on décèle les défauts de la cuirasse des dispositifs de l'exception culturelle. Ainsi :

- ils créent des univers de légitimité culturelle, dont la séparation est relativement artificielle, notamment entre cinéma et fiction télévisée
- en matière d'aide à la création ou à l'écriture, il privilégie clairement le cinéma et le documentaire dit de création.
- ils définissent un territoire très large, délimité par des balises discutables, entre ce qui, en télévision, mérite d'être aidé et ce qui ne le mérite pas.
- ils mettent le poids, à juste titre, sur la production indépendante, mais ne prennent pas en compte un élément clef de la dynamique des industries culturelles : le rapport producteur/diffuseur, et notamment la nécessaire diversité des sources d'approvisionnement des diffuseurs auprès des producteurs.
- a contrario, l'alliance des petits entrepreneurs et des petites chaînes, elles-mêmes tenues par la réglementation à des obligations d'investissement dans la production, a entraîné une multiplication de programmes dont l'utilité sociale et culturelle est opaque, et qui aspirent une partie du COSIP. Même si ces « œuvres » ne représentent que 14, 7% de l'ensemble des devis de la production aidée, et 22% des aides du COSIP, leur prolifération suscite inquiétude à une époque où les recettes du COSIP ne croissent presque pas.

Au total, les mécanismes qui tentaient, via des définitions de programmes aidés et des actions subtilement taillées, d'allier impulsion industrielle et créativité sont grippés. Le développement du nombre d'heures produites en cinéma et télévision paraît comme le résultat tangible de cette action - et dans son sillage l'essor du nombre de maisons de production, mais aussi une population de comédiens, réalisateurs, scénaristes, techniciens etc. Mais l'impact sur l'excellence télévisuelle et cinématographique et sur l'innovation ne paraît pas aller de soi. Et les œuvres les plus « aidées » touchent pour une part un public très restreint, qui parfois se résume au public des « pairs » ou des « initiés ».

Or les missions de l'Etat concernent aujourd'hui davantage la création que l'industrie des programmes, puisque naturellement cette dernière est portée par la croissance des marchés de la diffusion sur une multitude de supports. Mais cette impulsion créative doit revitaliser les industries de masse plutôt que de se cantonner à des œuvres expérimentales.

## QUE FAIRE ?

La légitimité de l'Etat à soutenir une industrie nationale de l'image est d'ordre politique. Les sociétés modernes vivent avec ce renvoi permanent de constructions imaginaires qui, pour une part d'entre elles, aident à penser le monde et offrent à chaque citoyen un point d'appui pour s'y mouvoir. Les médias, avec l'école, tracent le cadre dans lequel s'élabore et se pense l'identité nationale et se forge du sentiment commun. Pour cette raison, en finançant des programmes nourris de sens, et portés par une exigence artistique, les pouvoirs publics endossent leur rôle naturel. Cette démarche spécifique d'ailleurs tous les grands pays européens, la France n'est en rien exceptionnelle sur ce sujet, sauf sur un point : la prédilection accordée au cinéma par rapport aux œuvres audiovisuelles dans notre pays.

En matière de création dans les industries de l'image deux instruments d'action se dégagent : celui des chaînes publiques, celui du COSIP. Ces deux institutions ont pour vocation

d'orienter l'industrie des programmes, d'assurer la diversité culturelle, et de dessiner des modèles de références capables d'entraîner le système audiovisuel. Il serait vain de poser de telles exigences aux entreprises privées de télévision, aujourd'hui converties, pour des raisons d'efficacité économique, aux jeux, séries et à la télé réalité.

### **Renforcer le rôle des télévisions publiques comme matrices de la création**

Notons ce qui, à propos de la création, mérite d'être porté au bénéfice des télévisions publiques (France 2, France 3, France 5, Arte) :

D'abord, elles sont devenues en 2003 le premier financeur de la fiction française et le plus gros producteur en nombre d'heures produites de fiction française. Cette année, les chaînes publiques ont financé 356 heures de fiction pour 215 millions d'euros, comme premier diffuseur. Pour la première fois, elles passent devant les chaînes privées qui ont réduit substantiellement leurs investissements dans ce secteur (248 heures de production, pour 160 millions d'euros), conséquence de l'engouement pour les émissions de plateau, notamment tous les divertissements et jeux de type télé réalité. Cette évolution s'est imposée progressivement, car il y a quelques années les chaînes privées étaient en pointe pour la production de fiction.

Ensuite, elles soutiennent une politique de fictions unitaires uniques ou rassemblées dans des collections ou mini-séries, programmes plus destinés à l'audace artistique que les séries, qui, elles, constituent l'ingrédient de la programmation de soirée des chaînes privées, ainsi que nous l'avons vu. .

Surtout, de très loin, elles sont les premières à financer le documentaire sous ses diverses formes, et en particulier le documentaire de création. En 2003, elles ont investi 82,8 millions d'euros dans ce genre télévisuel, contre 20,8 millions pour les chaînes privées et 35,5 millions pour les chaînes thématiques et locales. Une analyse des dossiers de documentaires présentés à la PROCIREP en 2003 montre que l'essentiel des documentaires de création (65 %) est porté par les chaînes publiques, le reste étant financé par des chaînes de complément et pour 2 % par Canal +. Autrement dit, les grandes chaînes privées n'interviennent pas du tout dans le documentaire de création.

Par ailleurs, en finançant selon les années entre 30 et 40 % des devis de l'animation française, France 3 s'impose comme le premier financeur de ce genre audiovisuel.

En outre, les chaînes publiques, de loin, financent davantage le spectacle vivant plus que les chaînes privées (193 heures contre 50 heures en 2002), ainsi que les magazines culturels ( 213 heures de magazines dont 131 au compte de France 5 et 52 heures au compte de Arte en 2002, les chaînes privées ne programmant pas ce genre télévisuel). Pour le spectacle vivant cette politique est nouvelle puisque les chaînes publiques ne finançaient que 34 heures de spectacle vivant en 1998.

Comme nous l'avons vu, elles pratiquent l'ouverture des commandes à une diversité de producteurs, beaucoup plus que les réseaux privés.



Parmi les chaînes en clair, de plus, elles financent davantage de films de cinéma (65 en 2003, 78 en 2002) que les chaînes privées (28 en 2003, 33 en 2002), et ce pour des montants globalement un peu plus importants (57 millions d'euros en 2003 contre 53 millions pour TF1 et M6). Par ces chiffres on voit que les chaînes commerciales rassemblent leurs moyens sur quelques films à gros budgets.

### Evolution de la production française de films de cinéma

	Films agréés	Films d'initiative française			Films de coproduction à majorité étrangère	Films des aides sélectives*
		Total	Films 100% français	Films de coproduction		
1994	115	89	61	28	22	4
1995	141	97	63	34	32	12
1996	134	104	74	30	27	3
1997	163	125	86	39	33	5
1998	183	148	102	46	32	3
1999	181	150	115	35	31	-
2000	171	145	111	34	26	-
2001	204	172	126	46	32	-
2002	200	163	106	57	37	-
2003	212	183	105	78	29	-

\* il s'agit de films agréés dans le cadre d'une aide sélective : le fonds d'aide aux productions avec les pays d'Europe centrale et orientale (fonds ECO)

Source : Les financements publics CNC Info n°290 bilan 2003

Enfin, les chaînes publiques programment des magazines de société à base de témoignages (notamment les magazines fabriqués par Réservoir Prod et Mireille Dumas production), mais peu de jeu de type télé réalité figurent dans leur grille.

Les chaînes publiques s'inscrivent donc au centre du système de la création audiovisuelle, et partagent avec Canal + ce privilège pour le cinéma. Plutôt donc que de s'adonner au sport préféré des français qui consiste à se railler du réseau des télévisions publiques, et à affirmer qu'elles offrent des grilles identiques à celles des réseaux commerciaux, mieux vaudrait de leur donner les moyens de consolider l'orientation de leur politique et notamment renforcer leurs missions en matière de création. L'affaiblissement des moyens du service public de télévision aurait des conséquences immédiatement tangibles : quasi-disparition des fictions unitaires, forte diminution de la production de dessins animés (pourtant fleuron des exportations françaises), difficulté de financement du documentaire de création -qui serait relégué vers les petites chaînes avec les aléas que l'on a observés -, disparition d'une partielle option de rechange par rapport au rôle de Canal + pour le cinéma.

La télévision publique touche un public de masse, et c'est là tout l'intérêt de s'entêter à les soutenir. Par des moyens financiers et des objectifs.

On le sait, les moyens financiers du pôle public des télévisions représentent en France environ la moitié de ceux alloués aux réseaux publics en Allemagne et en Grande-Bretagne<sup>47</sup>, en particulier car notre redevance est une des plus basses parmi les grands pays européens. Le faible volume de production de fiction télévisée en France en résulte directement. On peut aborder cette réalité sous divers angles : déplorer le manque de priorité accordée par les pouvoirs publics à l'audiovisuel public, l'écart se creusant sans cesse davantage entre les budgets des chaînes commerciales et les chaînes publiques, et argumenter pour une amélioration de son financement ; mais on doit aussi remarquer qu'avec un budget réduit la France arrive à financer quatre réseaux publics à la programmation différenciée, et dont les résultats envers la production sont loin d'être misérables. La vérité est donc entre les deux : la télévision publique mérite un effort accru de l'Etat, mais sa gestion doit continuer à être rationalisée, pour ne pas tomber sous les critiques qui l'ont plusieurs fois visée à travers les rapports de la Cour des Comptes, et qui aujourd'hui assaillent les chaînes publiques de l'Allemagne et de la Grande-Bretagne. Rappelons qu'en France, une partie des programmes, œuvres cinématographiques et audiovisuelles, est subventionnée via le Compte de soutien.

Les télévisions publiques doivent fermement être désignées comme la matrice de la création audiovisuelle et même cinématographique - le rôle de Canal + étant à terme aléatoire et lié aux évolutions capitalistiques de cette chaîne. Tout en précisant que la culture télévisuelle comporte une identité propre, qu'elle se réfère à une spécificité formelle et esthétique, et que sa finalité la plus noble (au-delà du simple divertissement) réside dans l'élaboration de référents collectifs, capables de donner aux individus des outils pour comprendre, se repérer et se construire dans la société française.

Ce rôle en faveur de la création sera davantage souligné dans les cahiers des charges et les contrats d'objectifs des chaînes publiques.

Par ailleurs, la Présidence commune devrait être tenue de créer une unité de la création, chargée d'encourager et de suivre les actions en faveur de la création sur toutes les antennes publiques. Cette instance placée auprès du Président et dotée d'un budget propre peut avoir les missions suivantes :

- réfléchir sur l'évolution des programmes dans les sociétés occidentales, en animant un groupe de spécialistes des médias ; commandes éventuelles de données auprès du service des études de chaque antenne.
- définir des objectifs précis en matière d'innovation (place accordée aux œuvres uniques, visibilité des minorités ethniques et de la diversité sociale, pluralité dans l'origine des commandes, politique à l'égard des auteurs, etc).
- financer du développement pour des projets particulièrement ambitieux, et qui ne trouvent pas d'opportunité dans les unités de programmes.
- établir un suivi des actions menées en faveur de la création sur les antennes : chances accordées à des nouveaux talents, prix reçus, expériences originales, initiatives conduites avec des écoles ou des instituts de formation dans le secteur audiovisuel. Tous ces éléments pourraient d'ailleurs être introduits dans les bilans de chaînes effectués par le CSA.
- nouer des liens avec le COSIP pour des financements originaux.
- mettre en place des mécanismes pour valoriser les émissions de flux les plus innovatrices.

---

<sup>47</sup> Les recettes des quatre réseaux publics (FR2, FR3, FR5 et Arte) représentent 3, 235 milliards d'euros en 2001 ; les recettes de l'ARD et de la ZDF en Allemagne se montent à 7, 538 milliards d'euros en 2001 ; les recettes de la BBC sont de 5, 107 milliards d'euros cette même année. Source : Observatoire Européen de l'Audiovisuel.

- créer un service de veille sur l'excellence télévisuelle à l'étranger, notamment sur les réseaux publics.

## **Mettre le COSIP au service de la création**

Les dispositifs mis en œuvre par l'Etat doivent s'apprécier vis-à-vis de la capacité à faire émerger des talents et à soutenir des auteurs. Mais les pouvoirs publics ne peuvent se désintéresser de la capacité des œuvres aidées à rencontrer un public important, dans une société où les images constituent le premier vecteur pour s'informer, et imaginer et penser le monde. Dans ce secteur le défi des pouvoirs publics est exactement l'inverse de celui auquel ils sont confrontés dans le domaine de l'Opéra ou du théâtre : pour ces derniers, ils doivent démocratiser, élargir l'accès alors que dans le premier ils doivent contribuer à « élever le niveau moyen », introduire des valeurs et des exigences artistiques dans un domaine voué, avec la complicité et l'accord du public de masse, au divertissement et à l'émotion.

Les choix stratégiques de la politique conduite par le COSIP méritent d'être réévalués. Dépendant du Ministère de la Culture celui-ci privilégie le cinéma et le documentaire de création et a créé les conditions administratives et financières pour qu'existe une production abondante d'œuvres uniques. Cette dynamique de production - expérimenter beaucoup pour faire émerger quelques succès - caractérise l'économie des industries culturelles, mais cette déperdition n'est-elle pas excessive dans le cas français ?

On peut se poser la question en constatant que la fiction télévisée, qui touche spontanément un public de masse, ne reçoit pas la même attention en matière de création, et que les programmes de flux, qui captent eux aussi de fortes audiences sont complètement écartés de la réflexion et des aides du COSIP.

Or nous l'avons constaté, la séparation entre genres de programmes est en partie artificielle, et rien n'indique que les sources de création s'exercent à sens unique, du cinéma vers la fiction télévisée, des œuvres uniques vers la sérialisation. Au contraire on peut constater que les différentes catégories de programmes s'influencent mutuellement selon des modalités très variables, et que le registre inauguré par la télé réalité, caméra axée sur la banalité quotidienne et brouillage entre fiction et réalité, a déteint sur d'autres genres télévisuels.

Il donc temps de relativiser les légitimités culturelles assignées à chaque type de programme, et d'envisager des passerelles entre les différents comptes gérés par le COSIP. L'évolution du compte de soutien devrait ainsi :

- Affiner ses critères d'évaluation. Sur certains aspects (forte production, privilège accordée au cinéma et au documentaire de création, privilège accordée à la diffusion en salles, etc), il pourrait ajouter des critères sociaux aux critères économiques d'évaluation: toucher un large public, quel public, etc. De même une évaluation plus qualitative devrait être effectuée sur l'explosion du documentaire. Que finance-t-on, y-a-t-il réellement un filtre et des critères de décision pour financer ces productions ? Finance-t-on des pratiques amateurs, et si oui, pour quelle finalité ? Quelle valeur patrimoniale accorder à ces productions, y compris pour la constitution d'une banque d'images sur notre époque ? Quelle portée citoyenne ?

- Faire évoluer certaines définitions. Ainsi il pourrait imaginer des mécanismes pour que la distinction entre film de cinéma et film pour la télévision, fixée aujourd'hui dès le dépôt du

projet, soit moins rigide et puisse être révisée une fois la réalisation achevée. Et dans la définition de l'œuvre audiovisuelle il devrait consolider la référence à la présence et au rôle des auteurs dans les œuvres aidées, y compris pour les reportages -en cela l'instauration d'une catégorie documentaire d'information constitue une évolution souhaitable.

- Améliorer les comptes d'aide à la création et à l'écriture des fictions télévisées et l'animation, y compris pour les séries, notamment en y introduisant, comme pour le cinéma, une politique en faveur des jeunes talents.

- Avoir pour objectif d'aider à améliorer la qualité des programmes de flux, aujourd'hui en expansion sur toutes les chaînes : créer pour ce type de programmes un guichet sélectif dédié aux concepts les plus innovateurs et à finalité citoyenne.

Cette évolution du compte de soutien est tenable, car dans le domaine des industries culturelles, secteur neuf et en évolution rapide, aucune définition ou dispositif ne sont gravés dans du marbre. Et les pouvoirs publics ont la liberté de jouer sur les curseurs qui unissent entre eux les divers comptes et sous comptes : notamment ils ont toujours le loisir d'introduire plus de sélectivité au profit de projets singuliers.

## CONCLUSION

Les pouvoirs publics peinent à enrayer les dérives des télévisions commerciales. Les jeux et les divertissements à base d'expérimentation humaine - créer une situation artificielle avec des individus ordinaires et filmer ce qui se passe, comme dans *Big Brother* ou *L'Île de la tentation* - cumulent assurément plusieurs avantages pour une rentabilité. Ils coûtent infiniment moins cher qu'une fiction, car « cette situation » fournit des kilomètres de pellicule, diffusables aux diverses heures de la journée. Ils peuvent être associés à une multitude d'activités commerciales dérivées de l'antenne. Dans la réglementation française, ils sont sécables plusieurs fois par des messages publicitaires, au contraire des « œuvres » qu'on ne peut interrompre qu'une seule fois sur une chaîne commerciale. Bien qu'ayant introduit beaucoup de recommandations éthiques dans les cahiers des charge des chaînes privées, le CSA n'a pu trouver de parade à cette orientation de la télévision, visible dans tous les pays occidentaux. Et les formats aujourd'hui programmés sur des chaînes étrangères, dont le ressort majeur consiste à piéger et manipuler les candidats, laissent envisager le pire pour l'avenir.

Parallèlement, on s'aperçoit que les mécanismes mis en œuvre par la France pour aider au financement des programmes de plus haute qualité sont, nous l'avons souvent répété, grippés car parfois trop rigides, et parfois trop laxistes. L'heure est donc venue pour que les pouvoirs politiques recentrent leurs forces et leur action sur les chaînes publiques, s'emploient à améliorer les systèmes d'aide aux œuvres, et même tentent d'encourager des programmes de flux à finalité citoyenne. Plus que jamais, l'Etat doit récompenser les auteurs, les producteurs et les diffuseurs adeptes d'une télévision imaginative qui éclaire, élève, explore la complexité du monde moderne, et, bien sûr, divertit, mais sans prendre le risque de ridiculiser ou fragiliser les gens ordinaires qui participent aux spectacles télévisuels. Cette vision, beaucoup de professionnels de l'audiovisuel la partagent, ainsi que l'illustre le propos tenu par une jeune productrice, Dominique Lecouturier, sur le site de l'USPA : « Devenir productrice ? » « C'est un choix engagé ! Ce média offre une visibilité fascinante. Cela implique que l'on ne peut pas faire n'importe quoi, que l'on a une responsabilité éthique. La télévision est avant

tout un instrument de lien social, de culture, de témoignage, de mémoire, de réconciliation, un instrument politique, et bien sûr aussi un instrument de divertissement. Quand on fait de la télévision et quelles que soient ses motivations, elles sont dirigées vers le spectateur. On n'est pas dans un processus de retour narcissique sur soi-même. La télévision vise à l'universel. Que le film soit à visée divertissante, ou se veuille porteur de sens, je crois beaucoup à la capacité des images à transmettre une vision du monde, un point de vue, d'où une immense responsabilité ».

## Glossaire

ACCESS	Association des chaînes du câble et du satellite
USPA :	Union Syndicale de la Production Audiovisuelle
SPI :	Syndicat des Producteurs Indépendants
SATEV :	Syndicats des Agences de Presse Spécialisée
SPFA :	Syndicat des Producteurs de Films d'Animation
CSA :	Conseil supérieur de l'Audiovisuel
CNC :	Centre National de la Cinématographie
PROCIREP	Société des Producteurs de Cinéma et de Télévision
SACD	Société des auteurs et compositeurs dramatiques
COSIP	Compte de Soutien à l'Industrie des Programmes Audiovisuels
CNCL	La Commission Nationale de la Communication et des Libertés