

Viviane Reding

Membre de la Commission européenne responsable de la Société de l'information et médias

**MEDIA 2007 : l'innovation au service de
la circulation des œuvres
audiovisuelles européennes**

*Check Against Delivery
Seul le texte prononcé fait foi
Es gilt das gesprochene Wort*

Séminaire MEDIA de la Présidence luxembourgeoise de l'UE

Luxembourg, le 28 février 2005

Monsieur le ministre, Mesdames et Messieurs les parlementaires, Mesdames, Messieurs,

Je félicite la Présidence luxembourgeoise d'avoir pris l'initiative de ce séminaire, au moment où les discussions sur la proposition de programme MEDIA 2007 sont en cours au sein du Parlement Européen et du Conseil. Dans un contexte budgétaire difficile, il me semble essentiel de mettre sans relâche en valeur l'importance des objectifs et des actions soutenues par MEDIA, de dire que MEDIA est important pour la diversité culturelle européenne comme pour la réussite de la stratégie de Lisbonne. MEDIA crée de la valeur culturelle et de la valeur économique, dans son secteur de naissance, l'audiovisuel et la culture, mais aussi en synergie avec les technologies de l'information et de la communication. C'est d'ailleurs le message qu'a voulu donner le Président Barroso en créant ce portefeuille « société de l'information et médias ».

Je trouve le choix de l'intitulé de ce séminaire, « Créativité et accès au marché », particulièrement pertinent car il rend parfaitement compte de la double dimension culturelle et économique du secteur audiovisuel européen et de l'approche privilégiée par le programme MEDIA depuis le début, à savoir :

- soutenir la création audiovisuelle européenne dans sa diversité; et
- - améliorer la compétitivité du secteur et la circulation des œuvres européennes.

Au cours des ateliers qui réunissent aujourd'hui et demain dans le pays qui n'est cher des experts et praticiens venus de toute l'Europe, vous pourrez vous familiariser avec de multiples d'initiatives, privées et publiques, vous permettant, et permettant aux gouvernements et à la Commission, de faire avancer la réflexion sur l'évolution du secteur cinématographique en Europe. Notre politique proactive est un atout pour l'Europe : dans plusieurs parties du monde, on nous regarde et on souhaite coopérer avec l'Europe. C'est le cas en Asie – la Corée du Sud, la Chine – en Afrique – où l'Europe soutient des initiatives de circulation sud-sud comme Africa Cinemas – et en Amérique du Sud – le Mercosur vient de se doter d'une dimension « cinéma ».

Le programme MEDIA sera, par son succès et par son importance, au cœur de vos discussions, parce qu'il est devenu, au fil des différentes générations d'actions qui se sont succédé avant d'aboutir à MEDIA Plus et à MEDIA Formation en 2001, l'emblème d'une volonté de l'Europe de promouvoir activement ses œuvres audiovisuelles, et parce que son historique, le bilan des programmes MEDIA (nous entrerons avec MEDIA 2007 dans la quatrième génération), est un outil intéressant pour mesurer les faiblesses du secteur audiovisuel en Europe et détecter les moyens d'y remédier. MEDIA a aussi été un lieu d'innovation en matière de soutien public – avec le slate funding pour le développement – et de souplesse - avec la coopération avec « i2i Audiovisuel » de la BEI puis avec l'intégration de mécanismes inspirés de « i2i » dans la proposition pour MEDIA 2007.

Ce qui réunit aujourd'hui les acteurs présents – professionnels, représentants du Parlement européen, des Etats membres et Commission Européenne - est un même souci : produire des œuvres de meilleure qualité et gagner des parts de marché. Ce qui nous réunit également est la conviction que cet objectif ne peut être atteint que par une stratégie intégrée : soutenir la formation et le développement en amont de la phase de la production et soutenir la distribution et la promotion en aval pour ce qui concerne l'Union européenne ; soutenir surtout la production pour ce qui concerne les Etats membres.

Ce séminaire va vous permettre d'échanger vos expériences, de comprendre de quelle manière les actions européennes et nationales, publiques et privées se complètent et agissent en synergie pour améliorer la situation encore et encore. Je regrette de constater que les marchés audiovisuels restent trop cloisonnés, même si augmente le nombre des coproductions. Je déplore la situation du cinéma et la créativité audiovisuelle dans les nouveaux Etats membres de l'Europe – le rattrapage sera une priorité pour MEDIA 2007, avec des mesures de « discrimination positive » !

Mesdames et messieurs,

Le secteur audiovisuel européen, et particulièrement les œuvres européennes non nationales, n'occupent pas la place qu'ils devraient avoir sur le marché européen et mondial. Prenons comme exemple les sorties cinématographiques dans les pays de l'Union l'année dernière : en moyenne 167 films américains ont été à l'affiche dans les salles contre 87 films produits dans l'Etat membre de sortie et 31 films européens non nationaux. Derrière ces moyennes, les écarts sont en outre très grands selon les territoires, et certains pays bénéficient encore à peine d'une cinématographie nationale et connaissent très peu les œuvres produites par leurs voisins. La part de marché des films américains varie ainsi de 60 à 82% selon les Etats membres.

Les causes de cette faiblesse sont complexes, et je ne vais pas rentrer dans les détails. Je soulignerai simplement que l'industrie audiovisuelle européenne souffre d'un déficit important d'investissement en amont de la production audiovisuelle. Trop de professionnels ne disposent pas d'une formation leur permettant de faire face aux enjeux des marchés européen et international, de préparer leurs sociétés et leurs œuvres pour qu'elles puissent trouver un marché en dehors de leur pays d'origine. Trop d'œuvres audiovisuelles sont produites sans qu'un investissement suffisant ait été consacré à leur développement. Faute d'une qualité suffisante, faute de stratégies adéquates, elles demeurent cantonnées à leur marché national. En aval de la production, les problèmes concernent principalement la difficulté des œuvres européennes à être distribuées et promues hors de leur pays d'origine. J'espère et je crois que le cinéma en ligne apportera de nouvelles chances de circulation des œuvres et un nouvel espace de liberté pour la créativité.

Qu'a choisi de faire l'Europe dans ce contexte ? Concentrer depuis le début des années 90 des moyens relativement réduits par rapport aux sommes en jeu dans le secteur audiovisuel sur des priorités bien définies et pertinentes : la formation des professionnels, le développement, la distribution et la promotion. Là où la valeur ajoutée européenne peut être la plus élevée.

L'effet de levier de cette approche a été considérable, comme nous l'ont prouvé les évaluations des programmes MEDIA II et MEDIA Plus. Je prendrai comme exemple le secteur de la formation. Ce sont 80 activités de formation qui sont aujourd'hui financées par MEDIA. Et ces 80 activités forment chaque année près de 1700 professionnels du secteur audiovisuel. Nous disposons également d'exemples bien connus de succès du cinéma européen, soutenus par MEDIA tout au long du cycle de production – depuis le développement et même la formation jusqu'à la distribution et la promotion - et qui illustrent de façon parfaite le cycle vertueux de la créativité et de l'accès au marché : « Goodbye Lenin » en fiction ou « Les triplettes de Belleville » en animation. J'évoquerai enfin le rôle capital de MEDIA pour la création et l'accès au marché des œuvres provenant de pays à faible capacité de production – et je choisirai en l'honneur de notre hôte d'aujourd'hui l'exemple de la société luxembourgeoise Oniria Films.

Cette société a bénéficié en 2002 d'un soutien au développement pour son animation « Renart le renard », adaptée du grand classique « le Roman de Renart », d'un soutien en distribution et a été plébiscité en ce début d'année dans plusieurs festivals européens d'animation et notamment Anima à Bruxelles.

Les chiffres, les succès de MEDIA ainsi que le nombre de candidatures en constante augmentation nous le prouvent donc : le programme MEDIA doit continuer à se concentrer, pour la période 2007-2013, sur ces 4 priorités : le soutien en amont de la production à la formation et au développement, le soutien en aval à la distribution et à la promotion. Ceci n'empêche pas d'envisager des évolutions, concordantes avec celles du secteur audiovisuel :

- en premier lieu, des moyens financiers renforcés. La proposition de programme MEDIA 2007 prévoit ainsi un budget de plus de 1 milliard d'euros. Avec les positions très restrictives prises par plusieurs grands Etats membres, je suis consciente que cet objectif sera difficile à atteindre et j'ai besoin de votre soutien à toutes et tous !
- en second lieu, la prise en compte des mutations technologiques et économiques du secteur. Il s'agit de saisir les occasions formidables que nous offre le numérique à tous les stades de la production et de la diffusion des oeuvres. Le numérique constitue un élément clé pour la compétitivité du secteur audiovisuel européen et une formidable chance de développement.
- en troisième lieu, il s'agit de faciliter l'accès aux financements privés des petites et moyennes sociétés européennes du secteur de la production et de la distribution.
- enfin, « last but not least », la garantie de la diversité européenne et de l'accès aux marchés des œuvres provenant des pays à faible capacité de production. Cet objectif est plus que jamais à l'ordre du jour en raison de l'élargissement de l'Union Européenne. Et nous prévoyons par exemple d'augmenter à 75% au lieu de 60% la contribution communautaire pour les actions de formation en direction des nouveaux pays membres.

D'autres nouvelles orientations sont actuellement en chantier. Par exemple, je compte prochainement lancer une série d'actions de promotion dans le domaine de l'éducation aux médias (« media literacy ») et développer les synergies entre audiovisuel et télécoms dans le cadre global de l'initiative i2010, appelée à prendre le relais du plan d'action e-Europe.

Monsieur le Ministre, chers professionnels du 7^e art,

J'espère que ces quelques éléments de contexte seront utiles pour les débats qui vont avoir lieu maintenant. MEDIA est un outil formidable et précieux et je suis convaincue que notre vision commune d'un soutien actif à la créativité et à la circulation des œuvres audiovisuelles est le bon choix. Ensemble, construisons MEDIA 2007 et gagnons pour l'audiovisuel européen la bataille de l'avenir !