

9 - MEDIAS

Michel Berne¹

Nous avons scindé cette année l'étude du secteur des médias. On trouvera ici une description de la situation des contenus et médias « traditionnels » tandis que leur déclin sur le web fait l'objet du chapitre suivant.

Voir la dernière section du chapitre Emploi consacrée à la crise du régime d'assurance-chômage des intermittents du spectacle en France. Voir le chapitre sur les Initiatives officielles au sujet du projet de convention sur la diversité culturelle.

Les grands groupes de médias

En 2003, on solde les comptes chez Vivendi Universal et AOL Time Warner. Les autres grands groupes de médias resserrent aussi les boulons. Dans ce monde sans pitié, Murdoch apparaît comme le grand vainqueur de l'année.

On se souvient des pertes abyssales d'AOL Time Warner en 2002 (99 milliards de dollars). Tirant les leçons de cet échec, début 2003, Steve Case, l'ancien PDG d'AOL et artisan de la fusion de sa firme avec Time Warner doit laisser sa place de président du conseil d'administration à Richard Parsons. De plus, des irrégularités comptables chez AOL sont découvertes et la Calpers (le fonds de pension des fonctionnaires de l'Etat de Californie, un des plus puissants investisseurs des Etats-Unis) porte plainte et réclame 250 millions de dollars de dommages. R. Parsons tente de redresser la situation en vendant certaines filiales comme la chaîne thématique Comedy Central (cédée à Viacom, pour 1,2 milliards de dollars) ou les activités de production de CD et DVD. Et surtout, il vend la filiale musique du groupe, Warner Music, à E. Bronfman pour 2,5 milliards de dollars. A l'automne, le nom d'AOL va disparaître et le groupe redevient Time Warner. Enfin le groupe bénéficie du succès phénoménal du film *Matrix Reloaded* et dégage du profit en 2003.

L'année des 75 ans de Mickey, Disney a connu une révolution interne. Le neveu du fondateur, Roy Disney a claqué la porte du conseil d'administration en décembre 2003. Il reprochait au PDG, Michael Eisner, entre autres, un management trop timoré, des résultats insuffisants et de

¹ Paragraphes non-signés

L'année des TIC 2003 :

Télécom - Electronique - Informatique - Médias - Internet

mauvaises relations avec les partenaires. Mais Disney a connu une année honorable, malgré un environnement très défavorable, en particulier avec le succès phénoménal du dessin animé *Finding Nemo* (en partenariat avec Pixar). Le dépendance de Disney envers ce dernier devient inquiétante (en janvier 2004, Pixar rompra avec Disney). Les parcs à thème, dont celui de Paris, ont eu des résultats décevants.

Rupert Murdoch (NewsCorp) n'a qu'à se réjouir de 2003. Il a finalement mis la main sur le bouquet de télévision satellitaire dominant aux Etats-Unis, DirecTv, qui lui échappait depuis longtemps et finalisé la fusion des bouquets Stream et Telepiu en Italie. Sa position dans le domaine des technologies de télévision payante est totale puisqu'il a racheté une partie de l'ancien Canal Plus Technologies à Thomson. Fortement engagé en faveur de la guerre en Irak, sa chaîne Fox a battu CNN en termes d'audience aux Etats-Unis. Enfin, Rupert Murdoch, 72 ans, a intronisé son fils James comme directeur général de BSKyB, un point important dans un groupe qui a été déchiré par des querelles familiales.

Le président du conseil de surveillance de Bertelsmann, Gerd Schulte-Hilten, a démissionné en novembre 2003. Il s'était opposé au projet de rapprochement de la division musicale du groupe (BMG) avec Sony. Comme dans toutes les entreprises familiales, les managers extérieurs sont sur des sièges éjectables. Le groupe est repris en main par la famille Mohn, et se recentre sur ses métiers de base (édition, radio, musique). La division de presse spécialisée BertelsmannSpringer a été vendue pour 1,05 milliards d'euros aux fonds d'investissement Candover et Cinven en vue d'une fusion avec Kluwer Academic Publishers.

Sony n'arrive pas à remonter le niveau de sa rentabilité. Après une première alliance avec Ericsson dans les téléphones portables, Sony en a conclu une autre dans la musique avec BMG, comme nous le détaillons plus loin. Le patron de l'entreprise est contesté. Seul géant des médias à être présent dans l'électronique grand public, Sony semble avoir perdu sa *magic touch* dans le domaine. Ainsi, Sony, leader des tubes cathodiques, a laissé passer la révolution des écrans plats. Une restructuration sévère a été décidée en octobre 2003 : suppression de 20 000 emplois, rationalisation des fabrications (le but est de passer de 840 000 pièces différentes à 100 000). Le seul point brillant est la PlayStation 2, qui devrait être remplacée par une console de jeux ultra-puissante en 2004/2005.

Après une année 2002 abominable (23,3 milliards d'euros de pertes), Vivendi panse ses plaies. Au 3^{ème} trimestre 2003, le groupe a dégagé un petit profit net. Le départ de l'ancien PDG Jean-Marie Messier en 2002 a donné lieu à des suites judiciaires pénibles. Finalement, en décembre 2003, l'ancien PDG du groupe a renoncé à ses très contestés 20,5 millions d'euros d'indemnités de départ et le groupe a accepté de payer 50 millions de dollars d'amende à la SEC.

Le nouveau PDG, Jean-Marie Fourtou avait initié un programme de cessions destiné à sauver le groupe. Cette stratégie a été poursuivie avec pour point d'orgue la fusion de VUE

L'année des TIC 2003 :

Télécom - Electronique - Informatique - Médias - Internet

(Vivendi Universal Entertainment comprenant les studios Universal, des chaînes de télévision et des parcs de loisir) avec NBC, filiale de General Electric, pour 14 milliards de dollars. Vivendi possédera 20 % du nouveau groupe NBC Universal et empoche 3,3 milliards de dollars en liquide. Le PDG de USA Interactive, Barry Diller avait quitté la présidence de VUE et commencé à dénouer ses activités avec VU. De même, Edgar Bronfman (ex Seagram Universal) avait quitté le conseil d'administration pour tenter de racheter l'ensemble avec l'aide de fonds d'investissement. Mais il a échoué, comme cinq autres concurrents : Marvin Davis, MGM, Viacom, Liberty Media et Comcast. Parmi les autres ventes, citons en vrac : la Comareg (gratuits) au groupe Hersant, mais aussi les activités télécoms en Hongrie, une tour de bureaux à Los Angeles, les restes de la joint-venture AOL Europe et même les œuvres d'art de la fondation Seagram.

Recentré largement sur la France, le groupe Vivendi ne comporte donc plus essentiellement que la téléphonie (SFR-Cegetel), Canal Plus, la division jeux et la division musique (sans doute à vendre plus tard).

De son côté, General Electric devient un acteur majeur du monde des médias en détenant NBC et Universal.

Enfin toujours en France, Suez a annoncé son retrait définitif du monde de la communication. Cela signifie principalement la cession de Noos, pas commode à réaliser alors que la plupart de ses concurrents sont déjà en vente, et la sortie du capital de M6. Cette dernière opération se heurte à la réglementation française sur le capital des groupes audiovisuels. RTL Group possède avant l'opération 48,4 % du capital, mais seulement 34 % des droits de vote. Le gouvernement avait envisagé au printemps de faire disparaître la disposition législative qui empêche un opérateur de posséder plus de 49 % d'une chaîne nationale, mais rien n'a pu se faire à ce sujet en 2003. Le CSA, en octobre, a donné un feu vert à l'opération si RTL Group reste à 34 % des droits de vote.

Ainsi les deux grands groupes français du secteur de l'eau ont connu des destins contrastés : la Lyonnaise (maintenant Suez) est restée dans son domaine d'origine, tandis que la Générale des Eaux (maintenant Vivendi) s'est séparée de son activité historique.

Cinéma

C'est triste à dire, mais ce ne sont pas les films de 2003 qui constitueront le cœur de cette chronique. Ce sont les modes de distribution, avec l'essor irrésistible du DVD ou encore les problèmes financiers du secteur.

En effet, 2003 ne laissera pas de trace mémorable dans les chiffres de fréquentation des salles ni dans les esprits des cinéphiles. Il y a bien eu des « grosses machines », repris dans la liste

L'année des TIC 2003 :

Télécom - Electronique - Informatique - Médias - Internet

ci-jointe, des dessins animés délicieux (aux Etats-Unis comme en France), mais pas de « locomotive » genre *Titanic* ou *Astérix et Cléopâtre*.

Chiffres-clés du cinéma français 2003

Fréquentation : 175 millions de spectateurs

(- 5,6% par rapport à 2002)

Part des films français : 35 % environ (35 % en 2002)

Les principaux films (millions de spectateurs)

1	Le monde de Nemo	7,8
2	Taxi 3	6,5
3	Matrix reloaded	5,7
4	Le seigneur des anneaux (3)	3,9
5	Chouchou	3,9

Source : *Ciné Box Office* et CNC

Une des affaires les plus intéressantes de 2003 concerne le procès intenté à Nicolas Philibert, réalisateur en 2002 du documentaire *Etre et avoir*, par le principal protagoniste du film, l'instituteur Georges Lopez. Ce dernier a demandé à la justice de lui faire attribuer 250 000 € pour atteinte à son droit à l'image et contrefaçon. Cette demande est liée au succès du film qui avait rapporté de l'ordre de 10 millions d'euros. Au delà des rapports toujours problématiques entre réalisateurs de documentaires et sujets filmés, on voit la crainte des cinéastes de ne plus pouvoir filmer sans que la participation de quiconque soit contractualisée et rémunérée.

Un autre grand sujet est la croissance du marché des DVD de 50 % en 2003 avec 70 millions d'exemplaires vendus en France. L'équilibre financier des productions en est bouleversé, qu'il s'agisse de films récents (le délai de transfert sur la vidéo après la sortie d'un film a été ramené à six mois) ou de classiques qu'on peut rééditer dans des collections qui se vendent très bien. Le phénomène, qui est mondial, génère de nombreuses variantes de distribution : location dans les trains ou les grandes surfaces (Cinétrain dans les TGV, ou encore chez Carrefour), location sur le web (Cinesnap, Dvdfly etc.), DVD qui ont une durée de lecture limitée (technologie Flexplay).

Pour terminer, évoquons les problèmes de financement du secteur. Le cinéma dépend, en France en tout cas, d'une réglementation complexe et très protectrice qu'une affaire de 2003 illustre bien. Le réalisateur Jean-Pierre Jeunet doit réaliser pour la filiale française de la Warner un film à

gros budget, *Un long dimanche de fiançailles*. Il a sollicité l'aide du compte de soutien géré par le Centre national de la cinématographie (CNC). Bien que Warner ne soit pas une société européenne, le montage juridique est tel que le CNC ne peut s'y opposer, au grand dam des producteurs français. La MPAA, l'association des majors du film américain, farouchement contre les mesures de soutien aux films français, va peut-être leur trouver des avantages ? Par ailleurs, le gouvernement a réalisé une réforme du système de financement du cinéma : obligation de financement de la production par les chaînes thématiques de TPS, taxation des vidéos, crédit d'impôt plus généreux, augmentation des fonds investis par les SOFICA (sociétés de financement au régime fiscal avantageux), aides des collectivités locales, mesures d'aide à l'exportation des films.

Films 2003

Nigel Barnett

Of the films released in 2003 only one or two made any real statement about changes in relation to new media and new technologies. By and large modern communications continue to play an important role in plot development but the changing technological environment is used more often as a backdrop to events rather than the subject in itself. For example *'The Matrix Reloaded'* persevered with its use of traditional phone booths as a rather strange means of transport. (A fact which could perhaps be interpreted as concern about the reliability of this form of wireless communication!) A more effective, but equally anachronistic use of the payphone, was provided by the thriller *'The Phone Game'* directed by Joel Schumacher where the hero is forced to remain in New York phone box while communicating with a sniper, who controls the streets around the box. Another action adventure film, *'Paycheck'* directed by John Woo, does try to deal with reverse engineering but as the engineer in question has had his memory wiped the only mystery is how the 14 objects that he has thoughtfully placed in an envelope before the memory treatment, will be used to keep him alive, long enough to get his memory back².

Three more thought-provoking and more pertinent films have nevertheless made it to the screen. First of all *'Spank'* by director Christian Blaze, a short film about 'virtual' acting which takes place in 2012 and has some startlingly effective visual effects. Secondly *'Want'* a feature film directed and interpreted by Michael Wohl which paints a sombre and obsessive picture of a would be start-up star of the Internet in 1999, just before the Internet bubble bursts. And finally self-styled cyber-thriller, *'Three Blind Mice'* (In France *'Une petite souris verte'*) which relates the tale of a ritual murder ring which uses Internet Webcams. Aside from the melodrama, the unlikely password guessing and a rather weak plot the film does raise some interesting questions about surveillance, internet voyeurism and computer-mediated exchanges. The film tries to be computer literate and

² The original story is once again the work of Philip K. Dick to whom we also owe *Minority Report*, *Blade Runner* and *Total Recall*.

L'année des TIC 2003 :

Télécom - Electronique - Informatique - Médias - Internet

explains how Trojan horses, viruses and protection systems work but it is unlikely to become a classic of the genre. Directed by Frenchman Mathias Ledoux, the film has an interesting production history as it was made in the United Kingdom with an English crew and a multinational cast but by a French production company. The screen writer Mikaël Ollivier has also published the book of the film 'Trois souris aveugles'³.

D'autres films où l'informatique et internet jouent un rôle :

Terreurpointcom, film américano-luxembourgeois de William Malone

Une employée modèle, film français de Jacques Otmezguine

Bedwin hacker, film tunisien de Nadia El Fani

Télévision

Trois grands chantiers en 2003 : montage d'une chaîne française d'information à destination de l'étranger ; autorisation de la publicité pour les secteurs encore interdits ; enfin, arrivée de la télévision sur ADSL, en attendant en 2004/2005 la télévision numérique terrestre (TNT).

L'année télévisuelle en France

Pas de grands changements, ni dans les programmes, ni dans la structure du secteur en France. On note simplement que le temps passé devant le petit écran continue d'augmenter : 3h30 en moyenne par jour, en octobre 2003, un record ! L'unique affaire d'importance porte sur le désengagement de Suez qui a vendu Paris Première à AB⁴ et veut sortir du capital de M6, comme nous l'avons expliqué plus haut. Concernant les grands dossiers traités dans cet ouvrage l'an dernier, signalons que la solution du conflit entre TPS et Canal Plus pour les droits de diffusion du football français a été repoussée à plus tard. La cour d'appel de Paris a en effet entériné un accord provisoire d'un an en attendant une décision du Conseil de la concurrence. Et pour les problèmes de violence à l'écran, la Commission de classification des films a été réformée dans le sens proposé par le rapport présenté en 2002 par Blandine Kriegel et ses décisions sont plus sévères.

³ Chez Albin Michel

⁴ M6 fera jouer finalement son droit de préemption.

L'année des TIC 2003 :

Télécom - Electronique - Informatique - Médias - Internet

Pour Canal Plus, 2003 a mal débuté. Gravement atteint dans son fonctionnement et ses finances, le groupe a subi un plan d'économies sous la houlette de son nouveau dirigeant, Bernard Meheut qui a évincé Xavier Couture en février (Dominique Farrugia, ex «Nul » devenu PDG de la chaîne est parti peu après). Parmi les mesures prises, on note un plan social de 305 emplois et l'externalisation de 138 postes ; la décision de faire partir le siège à Issy-les-Moulineaux, la modification des programmes en clair ; la poursuite des cessions de filiales; la remise en ordre de la production cinématographique et du PSG ; enfin, Vivendi a promis une recapitalisation de 3 milliards d'euros. Après un moment très difficile, le groupe semble remonter la pente.

La chaîne star en 2003, c'est France 5. Depuis la refonte de sa grille de programmes fin 2001, l'audience a beaucoup augmenté, passant de 4,1 % en 2001 à 6,4 en 2003⁵. La chaîne a ouvert en novembre un service sur internet, lesite.tv (service interactif de télévision interactive). 600 établissements d'enseignement sont abonnés et ont à leur disposition une banque de programmes vidéo.

⁵ En part d'audience, source Médiamat-Médiamétrie

L'année des TIC 2003 :

Télécom - Electronique - Informatique - Médias - Internet

L'audience des chaînes en France en 2003

		MediaCabSat	MediaMat
1	TF1	26,0	31,5
2	France 2	14,8	20,5
3	France 3	11,2	16,1
4	M6	8,2	12,6
5	France 5	1,3	6,4
5	Canal +	5,2	3,7
6	Arte	1,0	3,4
6	RTL 9	2,6	
7	Canal J	1,4	
8	Eurosport	1,4	
9	LCI	1,3	
10	Tiji & 13 ^{ème} Rue	0,8	
	Autres chaînes		10,9

Sources : MédiaCabSat Médiamétrie décembre 2002-juin 2003

Médiamat annuel

MediaCabSat; parts d'audience, 4 ans et plus, quart d'heure moyen

MediaMat : part d'audience, moyenne annuelle, 4 ans et plus

Plus fortes audiences de l'année. Sur les 100 premières :

	2003	2002	2001	2000
TF1	95	95	92	91
France 2	4	5	7	8
France 3	1	0	1	1

Plus forte audience 2003 : TF1, L'affaire Dominici, 13/10/03,
12,2 millions de téléspectateurs et 50,2 % de parts d'audience

Source : Médiamétrie

Petites nouvelles de la télé-réalité

Le genre se renouvelle, mais ne connaît pas que des succès en France. TF1 a fait un flop (relatif) avec *Nice People*, version européenne du regretté *Loft Story* et a dû renoncer à lancer *36 heures*, sur la vie des hommes politiques. L'homme choisi pour être *Greg le millionnaire* avait fait 4 ans de prison. Mais *Fear Factor* aura une 2^{ème} édition et *Star Academy* reste un grand succès qui suscite même la création de « prépas ». M6, malgré la confirmation officielle que *Popstars* était bien une œuvre audiovisuelle, a eu plus de soucis avec des plaintes de médecins pour *J'ai décidé de maigrir* et la chaîne a été contrainte d'arrêter *A bout de forces* après une seule émission. Le jeu consistait à rester éveillé le plus longtemps possible. Canal Plus a produit un excellent *60 Jours, 60 nuits* sur la vie des artistes Joey Starr et Francis Lalanne.

A l'étranger où le genre commence aussi à lasser, notons le succès de *Big Brother Africa*, ainsi que des variantes de *Star Academy* comme *Top Model USA* ou une émission sur une école de football en Colombie. Citons aussi *Wife Swap* (des échanges de couples) sur Channel 4 en Grande-Bretagne et le débilissime jeu de MTV, *Jackass*.

Et au rayon des bizarreries télévisuelles, signalons la création de Meow TV, une émission pour les chats (diffusée aux Etats-Unis sur la chaîne féminine Oxygen).

La chaîne française d'information internationale

Si la France s'est toujours préoccupée de la diffusion à l'étranger de ses chaînes de télévision, la situation était jusqu'à 2003 très compliquée. Il y avait d'une part TV5, consortium de chaînes francophones, qui diffuse une sélection de leurs émissions ; d'autre part Canal France International, qui diffuse les chaînes françaises ; pour la radio RFI et RMC-Moyen-Orient; l'AFP comme agence de presse ; enfin, Euronews, chaîne européenne d'informations basée en France, et Arte, chaîne franco-allemande.

La guerre en Irak a précipité la réforme car on s'est aperçu, alors, du peu de poids de la « voix de la France », comparée à la BBC, à CNN ou Al-Jazira. Le gouvernement a donc demandé à Bernard Brochand, de choisir entre les trois propositions faites par France Télévisions, TF1 et Canal Plus. Finalement, c'est une proposition conjointe de TF1 et France Télévisions qui a été retenue. Cette alliance inédite du secteur public et du secteur privé est rendue nécessaire par le coût de l'opération : 250 emplois et un budget annuel de l'ordre de 70 millions d'euros au démarrage. La chaîne doit ouvrir fin 2004. Par ailleurs, des premières mesures de rationalisation ont été prises :

L'année des TIC 2003 :

Télécom - Electronique - Informatique - Médias - Internet

Canal France International, qui propose un choix d'émissions à une centaine de chaînes étrangères, arrête sa diffusion fin 2003 et la diffusion hertzienne de France 2 en Italie est également terminée.

La publicité à la télévision

Quatre secteurs économiques n'avaient pas le droit de faire de la publicité à la télévision en France : la presse, l'édition, le cinéma et la grande distribution. A la suite de l'ouverture d'une procédure d'infraction par la Commission européenne en 2002, cette interdiction a été levée sans restriction pour le 1^{er} janvier 2004 pour la presse. La publicité pour la distribution sera ouverte progressivement. Dans un premier temps également, seules les chaînes du câble et du satellite pourront diffuser la publicité pour l'édition. Enfin, l'interdiction demeure pour le cinéma. Dès le début de 2004, le groupe de supermarchés *Champion* et le magazine *Tiercé Magazine* ont diffusé des spots. Les radios et la presse craignent de perdre de l'ordre de 300 millions d'euros à cause du déplacement des annonceurs vers la télévision. La diversité culturelle risquant de pâtir de ce changement, les sociétés d'auteurs, le Syndicat national de l'édition et certains groupes de presse étaient contre. S'il faut de l'ordre d'un million d'euros pour faire une campagne significative à la télévision, les petits acteurs de ces secteurs seront exclus. Un autre point difficile concerne la publicité de la presse et de l'édition : le CSA a interdit les annonces de « unes » et d'ouvrages à contenu politique en période électorale.

Télévision payante

Le principal bouquet satellite CanalSatellite (2,7 millions d'abonnés fin 2003) continue de progresser comme son concurrent TPS, mais leur concurrence les épuise.

Leur développement n'arrange pas les graves problèmes du câble. Deux des principaux opérateurs ont annoncé vouloir sortir de cette activité (France Télécom; et Suez/Noos).

L'offre de chaînes thématiques est lentement restructurée. Les chaînes de cinéma sont remises en ordre ; les chaînes enfants forment maintenant des mini-bouquets. La « mini-généraliste » bretonne TV Breizh a du mal à faire décoller son audience ; des rumeurs la marient même avec Match TV.

Création de chaînes thématiques en 2003

Ma Planète

Tfou, Boomerang et Eurêka (enfants, sur TPS)

TPS Cinéfamily, Piwi (TPS)

Chai TV (communauté juive, chaîne internationale)

Live 1 (rencontres, CanalSatellite)

Agri TV (agriculture, en cours de création)

Beur TV (communauté maghrébine)

L'année des TIC 2003 :

Télécom - Electronique - Informatique - Médias - Internet

CGTV (casinos et jeux d'argent, USA)

Bahn TV (les chemins de fer allemands)

Les chaînes qui disparaissent, fusionnent ou sont refondues

arrêt de la chaîne Régions et de Aqvi TV (Périgord)

arrêt de Khalifa TV (régionale Maghreb)

MCM Africa est vendu par Lagardère et devient Trace

MCM2 devient MCM Pop ; création de MCM Top

Le Conseil général de l'Essonne prend

une participation dans Telessonne

TPS restructure son offre cinéma en 6 chaînes (+ TPS Star)

Télévision numérique terrestre (TNT)

Concernant la TNT, les chaînes désignées en 2002 ont reçu leurs autorisations et le calendrier de déploiement a été précisé : la TNT débutera fin 2004 dans 13 grandes villes, soit 36 % de la population française. En 2005, le CSA prévoit que 62 % de la population pourra recevoir la TNT. Il reste à désigner un opérateur commercial. Une seule modification d'envergure est à noter : le service public n'aura qu'un multiplexe de 6 chaînes et donc ne pourra pas lancer toutes les chaînes prévues.

Voir le chapitre suivant pour les développements de la télévision sur ADSL.

Ailleurs dans le monde

En Grande-Bretagne, la TNT relancée en octobre 2002 sous le nom de Freeview par la BBC est un grand succès avec 500 000 décodeurs placés en huit mois. La BBC a ouvert une nouvelle chaîne numérique, BBC3 destinée aux jeunes. L'Italie se lance à son tour prudemment dans la TNT.

Aux Etats-Unis, la transition des stations se poursuit : sur les quelques 1700 stations du pays, 1129 diffusent déjà partiellement en numérique fin décembre 2003, couvrant 99,35 % de la population.

Par ailleurs, signalons une étape importante dans le dénouement de l'affaire Kirch. Le grand groupe allemand de l'audiovisuel avait été mis en faillite en 2002. Sa chaîne vedette ProSieben, après des négociations à rebondissements associant un temps TF1, a été finalement vendue au producteur américain Haïm Saban et aux fonds d'investissements actifs dans le secteur Hellman & Friedman, Bain capital, Quadrangle Group, Thomas H. Lee et Providence Equity.

L'année des TIC 2003 :

Télécom - Electronique - Informatique - Médias - Internet

Encore un feuilleton dans l'audiovisuel italien en 2003. Depuis que Silvio Berlusconi, qui était déjà un magnat de la télévision privée, est devenu président du conseil, tout est difficile : démission du président de la RAI (secteur public) en février, puis de son successeur ; suspension d'une émission satirique sur RAI3 ; vote contesté de la loi Gasparri de réforme du secteur public, prévoyant, entre autres, plus de flexibilité dans les contrôles anti-concentration dans l'audiovisuel et l'ouverture du capital de la RAI.

Au Brésil, le fondateur de l'empire Globo, Roberto Marinho, est décédé en 2003 alors que le groupe se débat dans les difficultés financières liées à ses diversifications hasardeuses dans internet et le câble.

Aux Etats-Unis, un projet d'assouplissement des dispositifs anti-concentration était aussi proposé par le président de la FCC, mais il a été stoppé par la justice et le Sénat.

Enfin, en Russie la dernière chaîne de télévision indépendante TVS a fermé en juin sur ordre du Ministère de l'information, victime de problèmes politico-financiers.

Radio

Année calme, voire morose pour la radio en France. Après une actualité très forte au premier semestre à cause de la guerre en Irak, les audiences se sont tassées. Mais RMC, grâce à son nouveau format, est en passe de réussir son pari et devient rentable pour la première fois en vingt ans.

Les grandes stations ont milité pour obtenir une fréquence FM unique sur tout le territoire. Cette opération, qui était soutenue par une partie des parlementaires, était très lourde à réaliser et aurait beaucoup pénalisé les petites stations. Elle n'a pas été approuvée. L'autre nouvelle concerne l'autorisation donnée par le CSA d'émettre en ondes moyennes en région parisienne, où les fréquences FM sont saturées. En bénéficient Superloustic (enfants, Bayard presse), Ciel AM (communauté juive), la Radio du temps libre (Air Production), la Radio de la mer, la Radio des nouveaux talents (Bolloré) et Radio Livres Telerama. Ces stations surveillent de près l'arrivée des technologies de diffusion numérique DRM (une démonstration a eu lieu à Genève à la Conférence mondiale des radiomobiles en juin 2003). Nous signalons enfin avec plaisir que la radio des étudiants de l'INT, evryOne, diffuse maintenant sur la fréquence de R2E à Evry (95.4) et étudie sa diffusion sur la Toile.

Hors de France, l'élément intéressant est le développement de XM-Radio. Ce système satellite lancé aux USA en septembre 2001 a atteint en 2003 un million d'abonnés payant 9,99 \$/mois l'accès à un bouquet de plus de 100 stations. Dans un si grand pays, une radio qui garantit partout une réception d'excellente qualité est appréciée, même s'il faut un récepteur spécifique (GM en équipe certaines de ses voitures). Mais l'équilibre financier de l'entreprise est encore lointain et

L'année des TIC 2003 :

Télécom - Electronique - Informatique - Médias - Internet

il existe un concurrent plus haut de gamme à New York, Sirius Satellite Radio. Depuis 1999, la société américaine Worldspace offre aussi un service de radio numérique à destination de l'Afrique et de l'Asie grâce à ses deux satellites géostationnaires. L'intention d'origine était clairement l'information et l'éducation dans les pays les plus pauvres (une fondation travaillant dans ces domaines est couplée à Worldspace), mais en 2003 la compagnie a changé sa stratégie, sans doute par manque de financements. Elle s'intéresse principalement aux pays et populations les plus riches de sa zone de couverture, pour des contenus payants vendus par abonnement. En 2003, elle est active en Irak (radio pour les forces armées américaines, reconstruction des médias irakiens).

Taux d'écoute des stations de radio en France (audience cumulée, sept.-oct. %)

	<u>2003</u>	<u>2002</u>
NRJ	12,2	13,4
RTL	12,1	12,6
France Info	10,6	11,8
France Inter	10,5	10,8
Europe 1	9,1	10,6
Skyrock	8,3	7,6
RMC Info	3,5	3,2

Source : Médiamétrie

Presse

La presse française commence à gérer les conséquences de l'arrivée des gratuits en 2002, une cause supplémentaire de préoccupation dans un secteur en crise pour des raisons structurelles et conjoncturelles.

Metro et 20 Minutes, les deux quotidiens gratuits lancés en 2002, ont survécu à leurs difficultés de démarrage et engrangent petit à petit des recettes publicitaires grâce aux 900 000 exemplaires distribués chaque jour, principalement en région parisienne. Mais si 20 Minutes appartient pour moitié au groupe Ouest-France, Metro était fragile en France et a cherché un partenaire. Après avoir étudié une fusion avec France-Soir, le quotidien gratuit a bénéficié d'une prise de participation de 34,3 % de TF1. Pour la chaîne, la stratégie qui sous-tend cette action n'est pas très claire. Synergies publicitaires, investissement financier, tentative de pénétrer un autre marché, accords entre maisons-mères, qui sont toutes les deux présentes dans la téléphonie ? Un mensuel sportif gratuit, Sport a aussi été lancé en 2003 dans les grandes villes et plusieurs autres projets sont dans les cartons.

En attendant, si *Libération* se déclare « laminé » par les gratuits et lance une nouvelle formule⁶, c'est *Le Figaro* qui a donné le signal des évolutions à venir en quittant le Syndicat de la presse parisienne (SPP) pour être plus libre de ses mouvements. La situation de la presse quotidienne a été jugée catastrophique par les participants du congrès de la Fédération nationale de la presse française : baisse des recettes publicitaires, évaporation lente du lectorat traditionnel, complexification des « bassins de vie », ouverture de la publicité pour la presse à la télévision etc. La situation est encore plus dramatique en Allemagne où la concurrence entre titres est plus vive (il y a neuf titres à Berlin, héritage des deux zones !).

Signalons également le succès des petits formats, adoptés aussi bien par les quotidiens (les gratuits, mais aussi *Les Echos* et *La Dépêche du Midi* qui passent au format berlinois, ou à l'étranger, le *Times*, *The Independent* et le *Svenska Dagbladet* au format tabloïd). Le mouvement touche également les magazines comme *L'Ordinateur individuel* ou *Cosmopolitan*.

Enfin, deux tentatives courageuses de lancement : *Respect Magazine*, « trimestriel de la France plurielle et des cultures urbaines » et *Tous*, mensuel qui a pour ambition de rendre la parole aux minorités et aux anonymes et d'éviter le parisianisme bien connu des médias⁷.

Il faut également signaler les attaques très graves subies par deux « monuments » en 2003. *Le Monde* a été accusé dans le livre *La face cachée du « Monde »* de Pierre Péan et Philippe Cohen de manipuler l'information et les institutions de la République, en se livrant à du trafic d'influence et de manière générale de prêcher la morale sans s'en encombrer dans sa pratique. Le quotidien de

⁶ *Le Monde*, 14/01/03

⁷ *Tous* devra jeter l'éponge après seulement deux numéros.

L'année des TIC 2003 :

Télécom - Electronique - Informatique - Médias - Internet

référence français a tout nié en bloc et attaqué en justice les auteurs du livre. Un deuxième livre, *Le cauchemar médiatique*, procède à une critique de la rédaction, vue «de l'intérieur». Son auteur, Daniel Schneidermann, a été licencié par le quotidien parisien. Quant au *New York Times*, il a été sérieusement déstabilisé par la révélation de falsifications et plagiats par un de ses journalistes.

Dans les deux cas est mise en cause la pression exercée sur les rédactions par des directions exigeantes et engagées dans le débat politique. Les deux journaux ont également plein d'ambitions. Ainsi, en fusionnant avec le groupe des Publications de la vie catholique (PVC), *Le Monde* se retrouve à la tête de 43 publications et 4400 salariés. De son côté, le *New York Times*, en reprenant les rênes du *International Herald Tribune* se lance dans la fabrication d'un journal international de référence, avec 6 éditions dans le monde.

A l'étranger, la principale nouvelle est la déconfiture du groupe Hollinger en novembre 2003. Il contrôle plus d'une centaine de journaux en particulier le *Daily Telegraph* en Grande-Bretagne, le *Globe & Mail* de Toronto, le *Jerusalem Post* et le *Chicago Sun – Times* aux USA. Le PDG Conrad Black a dû démissionner à la suite de la révélation de malversations, mais l'entreprise était aussi minée par ses mauvais résultats. Un plan de sauvetage était en cours fin 2003.

Musique

2003 a vu la fusion de deux des «majors» et les conséquences de ces opérations sont encore à venir. Par ailleurs, le téléchargement de musique sur Internet décolle vraiment avec le lancement de iTunes par Apple.

Au début de l'année, cinq compagnies dominaient l'industrie phonographique, avec près de 80 % de parts de marché dans le monde : BMG, EMI, Sony, Universal et Warner Music. A la fin de l'année 2003 il n'en reste plus que quatre car Sony Music et BMG (Bertelsmann) ont décidé de fusionner.

Quant à Warner Music, comme nous l'avons vu, elle a été vendue à Edgar Bronfman, soutenu par des fonds d'investissements (dont Thomas H. Lee, Bain Capital, Providence Equity). L'ancien propriétaire d'Universal Music avait perdu ses activités dans la musique en quittant Vivendi. BMG et même EMI, malgré ses difficultés, avaient aussi tenté d'acquérir Warner Music. EMI ayant également essayé de se marier à BMG début 2003 et des négociations ayant échoué pour l'achat de Universal Music par Apple on voit que beaucoup de possibilités de fusion avaient été explorées.

L'année des TIC 2003 :

Télécom - Electronique - Informatique - Médias - Internet

Toute cette agitation peut s'expliquer par les déboires des maisons mères, à la recherche d'argent frais, ou encore par la recherche d'économies d'échelle liées à la taille des entreprises (ainsi l'intégration de Zomba dans BMG s'est traduite par 350 suppressions de postes ; les autres *majors* ne sont pas en reste). Mais il faut sans doute plus encore incriminer les profondes mutations de l'industrie musicale dues à Internet. Au Midem, début 2004, on a annoncé une baisse du marché français de 15 %. Les majors n'arrivent pas à protéger les droits face à l'explosion des téléchargements et échanges sauvages et les perspectives financières deviennent incertaines.

Dans cet environnement morose, les tentatives, jusqu'ici infructueuses, du gouvernement français pour baisser le taux de TVA du disque au niveau européen, paraissent d'autant plus nécessaires, mais seront bien insuffisantes.

Voir le chapitre suivant pour des détails sur le Peer to Peer et iTunes.

Edition

En 2003, la vente de Vivendi Universal Publishing (rebaptisé Editis) à Lagardère a bien été

Harry Potter and the Order of the Phoenix

8,5 millions d'exemplaires tirés initialement par Scholastic (USA)

1,8 million d'exemplaires vendus en France en 2003

WH Smith et Brentano's ouvrent à 1h du matin à Paris le jour du lancement

55 versions linguistiques dont une version pirate tchèque sur internet (il existe une version en latin du 1^{er} tome)

200 millions d'exemplaires des 4 premiers tomes vendus dans le monde

Un psychiatre ukrainien change son nom pour s'appeler Harry Potter

autorisée, mais au prix de sérieuses restrictions par la Commission européenne.

Il a fallu un an environ pour dénouer l'affaire. Rappelons que Vivendi Universal avait vendu VUP, le pôle édition du groupe, à Natexis en attendant que le groupe Lagardère puisse en faire l'acquisition formelle. En octobre 2003, VUP a été rebaptisé Editis pour sa partie éditoriale et Interforum pour sa partie distribution. Mais le poids combiné de VUP et de Hachette, filiale de Lagardère, a amené la Commission européenne à regarder l'opération de près. C'est essentiellement la distribution qui posait problème. Finalement, au grand soulagement de la profession en France, Lagardère va garder 40 % de l'ancien VUP (dont Larousse, Dunod, Anaya). Le reste, comprenant

Interforum, Laffont, Pocket, etc. sera vendu en 2004 après la décision définitive de la Commission européenne.

Pour le reste, c'est (presque) la routine. On a fêté les 50 ans du Livre de Poche (un milliard d'exemplaires vendus) et les 100 ans du Prix Goncourt au milieu des controverses... Il y a trop de romans (691 à l'automne 2003) et ils ne se vendent pas bien... *Harry Potter et l'Ordre du Phénix*,

L'année des TIC 2003 :

Télécom - Electronique - Informatique - Médias - Internet

5^{ème} tome de la série, est sorti, c'est un événement planétaire. Son auteur, J.K. Rowling est devenue plus riche que la Reine d'Angle-terre... Si Gemstar (00h00) renonce à l'édition électronique en France, un projet redémarre avec l'ancienne équipe du Cytale. Enfin la loi sur le prêt en bibliothèque met fin à un long combat des éditeurs.

Terminons avec le malaise autour de la publication de livres documents. Comme le dit Louis Rozynes, de *Livres Hebdo* :

« Cette année nous avons appris deux choses. Aujourd'hui, on peut tout publier du moment que ça se vend. La seconde, c'est que s'agissant d'un document d'actualité ou d'un témoignage, il y a scandale et médiatisation dans les deux cas. Les médias et l'édition n'ont jamais été aussi proches »⁸.

Les interférences avec la justice se multiplient, qu'il s'agisse de l'Affaire Elf ou d'euthanasie. Un bon exemple est fourni par la publication du livre *Ma fille Marie* par Nadine Trintignant après le décès de sa fille lors d'une dispute avec Bernard Cantat, du groupe musical Noir Désir. Plus de 120 000 exemplaires de l'ouvrage ont été vendus, malgré une plainte en justice, et Universal, éditeur de Noir Désir, a vendu beaucoup de disques du groupe après le drame. *Le Parisien*⁹ va jusqu'à parler à ce sujet d'affrontement entre deux groupes industriels, Vivendi-Universal et Lagardère (éditeur du livre et producteur d'un téléfilm avec l'actrice).

Ces dérives ne sont pas sans lien avec l'évolution des modes de distribution. Une enquête Ipsos-Livres Hebdo révèle que les hypermarchés vendent autant que les librairies et les grandes surfaces spécialisées (un quart du marché chacun environ, contre 16 % pour les clubs de livres). Le choix des grandes surfaces est limité, de 1 000 à 5 000 titres au mieux ce qui implique une forte rotation des ouvrages, les *short-sellers*¹⁰. La situation est identique aux Etats-Unis où les supermarchés appliquent toutes les recettes du marketing au rayon livre¹¹.

Voir aussi la section sur le Book-crossing dans le chapitre sur les autres applications des TIC.



N.B.

Les documents de ce site sont sous [Creative Commons License](#)

⁸ *Le Parisien*, 5 décembre 2003

⁹ *Le Parisien*, 1^{er} décembre 2003

¹⁰ *Le Monde*, 28 mars 2003, 30 novembre 2003 et 19 décembre 2003

¹¹ *Business Week*, 16 juin 2003