

20 POUR CENT

Pour un renforcement durable de la création audiovisuelle en Suisse numérique

Une initiative de Swiss Fiction Movement, Joël Jent

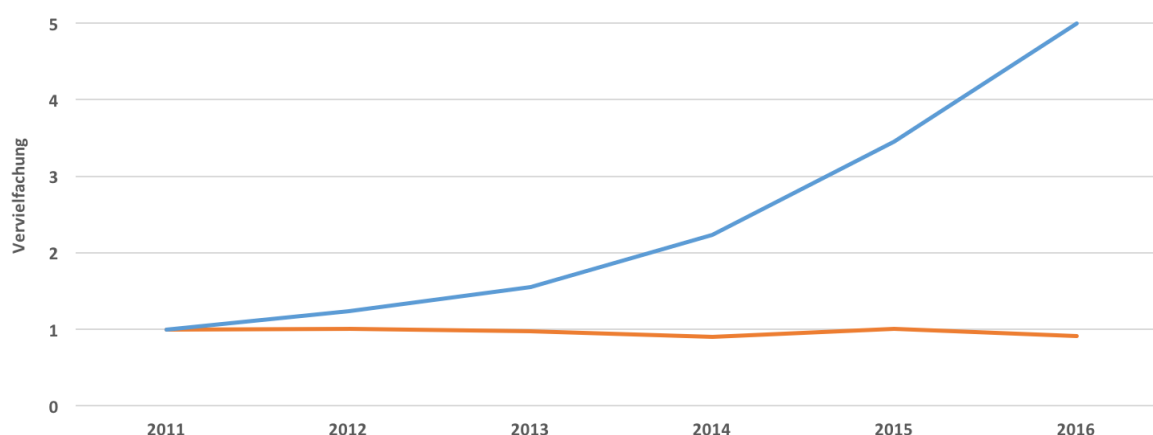
1. Situation de départ

La totalité des vidéos sur internet représente depuis 2014 déjà plus de 64% du trafic total sur internet. Et Netflix occupe même 15% du volume total d'internet. Pour 2019, l'augmentation pronostiquée est de 80 %¹. En Suisse aussi, les recettes provenant du streaming ont quintuplé entre 2011 et 2016, passant de 17 à 88 millions.²

En un mot, le secteur audiovisuel a migré irrésistiblement dans l'univers numérique ces dernières années. En parallèle, le nombre de sorties en salle de nouveaux films a doublé en Suisse ces deux dernières décennies. Le nombre d'entreprises de distribution de films s'est aussi accru très fortement, de 43 (en 2005) on est passé à 96 (en 2015)³. Malgré cela, le nombre total d'entrées vendues par film dans les salles de cinéma a été divisé par deux.

Évolution des recettes audiovisuelles en Suisse

Physique (salle) versus numérique (VàD)



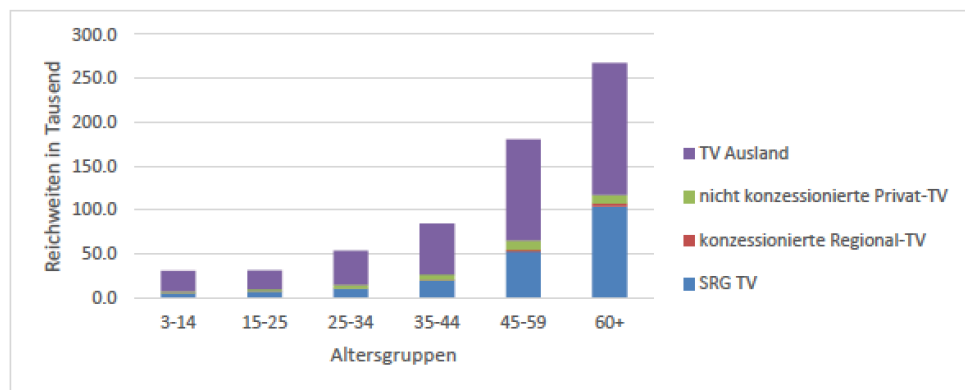
Le marché numérique (en bleu) croît et réduit le marché physique au minimum (en orange). Dans le même temps, le marché numérique accroît le chiffre d'affaires total des recettes audiovisuelles (le camembert devient toujours plus grand).

Sources : Office fédéral de la statistique (OFS) et statista.com

¹ Cisco Visual Networking Index: Forecast and Methodology, 2016–2021 (<https://www.cisco.com/c/en/us/solutions/collateral/service-provider/visual-networking-index-vni/complete-white-paper-c11-481360.html>)
² Statista – The Statistic Portal (<http://www.statista.com>)
³ UIS – Unesco Institutional Statistics (<http://data.uis.unesco.org>)

Une grande partie de la population – les jeunes – ne regarde plus la télévision de manière linéaire. L'âge moyen des consommateurs TV s'est stabilisé dans le segment des cinquantenaires et plus. En d'autres termes, le paysage médiatique s'est modifié de manière dramatique : le nombre de films produits et diffusés a augmenté mais ils touchent un public plus petit et plus âgé. Malgré de puissants mécanismes de subventionnement, la création audiovisuelle de la Suisse a du mal à s'affirmer sur le marché et à développer une stratégie adaptée à l'époque et capable de durer. Comment peut-on créer un système incitatif qui placerait la création audiovisuelle de la Suisse dans l'espace numérique et garantirait une exploitation là où le public a de plus en plus tendance à se trouver ?

Utilisation de la TV : pénétration suivant les opérateurs et les classes d'âge, en milliers



Source : Mediapulse 2018, évaluation du 1^{er} semestre 2017 sur mandat de l'OFCOM

Comment créer une incitation qui fasse passer la création audiovisuelle en Suisse au numérique et assure une exploitation durable là où le public se trouve de plus en plus ?

2. Approche de solution

Le 2 octobre 2018, la Commission européenne a publié ses directives concernant la modernisation de la branche audiovisuelle de l'Europe. Elles exigent des pays membres qu'ils introduisent d'ici 2020 une régulation de l'offre en faveur de la création européenne. Cela implique en particulier une part minimale de 30 % de productions européennes dans les catalogues des services de streaming.⁴ Comment réagissons-nous en Suisse aux défis de la numérisation dans la branche audiovisuelle ? Quelles mesures sont prévues afin de répondre aux dernières évolutions audiovisuelles ?

En septembre 2017, la conseillère nationale Kathy Riklin a déposé une interpellation auprès du Conseil fédéral pour s'enquérir de ces mesures et pour demander pour quelles raisons l'Office fédéral de la culture n'était pas représenté dans l'organe consultatif « transformation numérique » ? La réponse du Conseil fédéral en date du 22 novembre 2017 indique que les échanges entre les services compétents fonctionnent

⁴ Digitaler Binnenmarkt: aktualisierte audiovisuelle Regeln (http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-18-4093_de.htm)

déjà bien et souligne que la répartition actuelle des tâches a fait ses preuves. Il n'y a donc pas lieu de prendre des mesures.⁵

La révision en cours de la loi fédérale sur la radio et la télévision (LRTV) montre elle aussi, à peine la procédure de consultation est-elle échue, qu'une solution porteuse d'avenir ne sera pas abordée dans ce domaine. La raison en est que les parties prenantes déjà bien installées se déchirent à propos de la régulation de la télévision classique au lieu de se préoccuper des défis posés par la numérisation et des possibilités offertes par cette numérisation.

La conséquence en est que la LRTV ne contiendra que de très vagues déclarations concernant la régulation numérique et que les décisions de la Commission européenne seront en grande partie ignorées. La Suisse ne peut pas se permettre une telle attitude. La diversité effective de l'offre d'œuvres audiovisuelles doit être garantie à longue échéance. Mais comment assurer au cinéma suisse l'accès aux canaux de distribution numériques, aux écrans indigènes et à la télévision ? Comment, à long terme, faire en sorte que le public suisse puisse avoir accès à sa propre culture cinématographique ?

Nous croyons que la réponse à ces questions réside dans un quota global taillé sur mesure pour notre pays – exactement comme l'Union européenne l'a fait avant nous.

3. Quota

Nous pensons que la réponse réside dans un quota global adapté à notre pays – tout comme l'UE montre la voie.

Un quota de 20 %, qu'il est possible d'intégrer dans la révision à venir de la loi sur le cinéma, crée la condition pour l'accessibilité à long terme de la création cinématographique suisse à tous les canaux d'exploitation.

Par analogie avec la décision de la Commission européenne du 2 octobre 2018, la Suisse doit également adopter une régulation de l'offre fixant la valeur cible à 20 %. La valeur suisse inférieure à la valeur européenne s'explique par le fait que l'ensemble des films suisses est inférieur à ce qu'il est pour les films européens. Avec les films suisses, nous ne réussirons pas à occuper une part de programme de 30 %. Mais il nous importe aussi de proposer une valeur qui ne soit pas une revendication utopique mais représente deux fois la valeur que la branche avait elle-même pu atteindre dans les salles l'année référence 2006 (10%).

Maintenant quelques considérations spécifiques liées au format :

Offres numériques (services à la demande) :

Les services de vidéo à la demande doivent dorénavant garantir une part de 20 % au moins de contenus suisses dans leurs catalogues et leur assurer une bonne visibilité (mise en évidence).

Cela aboutira globalement à promouvoir davantage les œuvres suisses, ce qui a un effet

⁵ Interpellation: Défis et conséquences de la transformation numérique pour l'Office fédéral de la culture (<https://www.parlament.ch/fr/ratsbetrieb/suche-curia-vista/geschaeft?AffairId=20173717>)

positif sur la diversité culturelle, mais augmentera aussi les possibilités dans le secteur culturel et entraînera un professionnalisme plus étendu.

Télévision :

Sur ce point, nous voudrions nous engager en faveur d'une réglementation analogue à celle de la directive SMA (services de médias audiovisuels) de l'Union européenne. Celle-ci prévoit que les films d'origine nationale continueront à devoir être diffusés selon des quotas aux heures d'émission linéaires. Nous voudrions ici obtenir en plus, pour les films hors quota une limitation des heures de diffusion de minuit à 6 heures du matin, du moment que nous considérons le temps de diffusion comme faisant partie élémentaire de l'accessibilité et souhaitons réserver à la création cinématographique suisse une position privilégiée par rapport aux autres contenus.

Salles de cinéma :

Le quota de 20 % doit aussi s'appliquer aux salles. Pour de nombreuses salles de Suisse, le quota est déjà atteint par le programme existant. Du fait du quota, la salle est incitée par surcroît à mettre mieux en avant le cinéma suisse, puisque les salles, en particulier les multiplexes, sont incitées à exploiter les 20 % de leurs programmes régulés par la règle des quotas de manière à en obtenir un bon rendement sur le plan économique. L'effet direct de la régulation a pour objectif une meilleure accessibilité aux écrans, et de par-là, une meilleure visibilité et une meilleure disponibilité de la création cinématographique suisse. Si les quotas ne sont pas respectés, des sanctions devront être prononcées, qui seront infligées sous la forme d'amendes substantielles pouvant être créditées au budget cantonal de la culture.

Pay-TV:

La part régulée de 20 % de films suisses dans l'offre de la télévision à péage doit engendrer une incitation supplémentaire à utiliser et à épuiser les possibilités de coproduction des émetteurs nationaux de TV à péage. Pour atteindre le volume de quota, des achats de productions externes doivent en outre être effectués, dont il est permis d'attendre une stimulation supplémentaire du marché.

Le contrôle du respect des quotas doit incomber à l'OFCOM. Celui-ci possède les forces opérationnelles capables de mettre en œuvre ce contrôle dans un cadre acceptable.

Signé par:

Joël Jent

Auteur et Vice-Président, Swiss Fiction Movement

Mirko Bischofberger

Co-auteur et Président, Swiss Fiction Movement

Barbara Miller

Présidente

ARF/FDS Association suisse des scénaristes et réalisateurs de films

Jean-Marc Fröhle

Président

IG Unabhängige Schweizer Filmproduzenten

Elena Pedrazzoli

Présidente

GARP - Groupe Auteurs Réalisateurs Producteurs

Heinz Dill

Président

SFP Swiss Film Producers' Association

4. Bibliographie et indication des sources

Choi, Won M. (2007): „Screen Quota and Cultural Diversity: Debates in Korea-US FTA Talks and Convention on Cultural Diversity“. Asian Journal of WTO & Int. Health Law and Policy (2/2), S. 267-286.

Cole, James (2014): „Promoting Diversity in Motion Picture Exhibition – A Study on Screen Reallocation in South Korea’s Movie Box Office“. Seoul National University.

Pager, Sean A. (2011): „Beyond Culture vs. Commerce: Decentralizing Cultural Protection to Promote Diversity Through Trade“. 31 Nw. J. Int’l L. & Bus. 63.

Wildman, S. S. (1995). Trade liberalization and policy for media industries: A theoretical examination of media flows“. Canadian Journal of Communication (20/3), S. 367–388.

Messerlin, Patrick / Parc, Jimmyn (2017): „The Real Impact of Subsidies on the Film Industry (1970s-Present) – Lessons from France and Korea. Pacific Affairs (90/1), S. 51-74.

Messerlin, Patrick / Parc, Jimmyn (2014): „The Effect of Screen Quotas and Subsidy Regime on Cultural Industry – A Case Study of French and Korean Film Industries“. Journal of International Business and Economy (15/2), S. 57-73.

Nielsen-Report (2016): „Video on Demand - How worldwide viewing habits are changing in the evolving media landscape“. The Nielsen Company. Online: <https://www.nielsen.com/content/dam/niensenglobal/de/docs/Nielsen%20Global%20Video-on-Demand%20Report%20DIGITAL%20FINAL.pdf>