

COMMUNICATION de la COMMISSION sur les CONTENUS CREATIFS en LIGNE

Position de l'UNIC

L'UNIC représente les Fédérations nationales d'exploitants de salles de cinéma de 16 pays (Allemagne, Autriche, Belgique, Danemark, Espagne, Finlande, France, Grande-Bretagne, Italie, Norvège, Pays-Bas, Suisse, Israël, Irlande, Grèce, Hongrie) principalement situés en Europe et les entreprises Europolaces, Kinopolis, UGC, Utopolis Group. Elle représente plus de 900 millions d'entrées et environ 28 000 écrans.

Son rôle est de promouvoir et de défendre les intérêts de l'exploitation cinématographique auprès des autorités européennes et internationales.

La communication de la Commission s'inscrit dans un contexte aux enjeux multiples, entre objectifs économiques (nouvelles technologies, nouveaux services...) et culturels.

La Commission avait déjà lancé en juillet 2006 une consultation publique à laquelle l'UNIC avait participé. La Commission a souhaité poursuivre cette concertation afin de renforcer le développement de contenus créatifs en ligne en Europe.

On note que l'offre VOD existe déjà partout en Europe et se développe de façon rapide comme le montrent l'étude NPA Conseil (mars 2006) et les statistiques de l'Observatoire Européen de l'Audiovisuel.

Les quatre champs d'action retenus par la Commission sont :

- La disponibilité des contenus créatifs
- Les licences multi-territoriales pour les contenus créatifs
- L'interopérabilité et la transparence des DRM
- L'offre licite et le piratage

De façon générale, l'UNIC s'interroge sur la notion de contenu « créatif » en droit.

La presse, le cinéma, la musique ont peu de points communs et sont des secteurs très différents en terme d'investissement et d'amortissement d'où la difficulté de trouver un modèle juridique et économique commun.

D'autre part, la notion « d'économie d'échelle » p.2, 3^e paragraphe, n'a pas de sens pour les industries culturelles qui sont des industries de prototype.

La question des licences et de l'interopérabilité des DRM concerne les ayants droit de même que l'essentiel des questions posées en annexe mais l'UNIC s'interroge sur l'intérêt à uniformiser le système de licences. Les droits, s'ils sont vendus pour l'Europe comme étant un ensemble, seront moins lucratifs pour l'ayant droit que la vente par pays. Durant des

années, les législations nationales ont développé des droits qui conviennent à leur modèle économique et sont appropriés pour une nation mais pas pour une autre. Les méthodes pour rémunérer les créateurs de la propriété intellectuelle ne sont pas les mêmes et ces différents modèles de rémunération n'affectent pas la circulation des œuvres entre pays.

L'UNIC est directement concernée par la question de l'offre licite et du piratage qui a un impact sur la fréquentation dans les salles de cinéma et répondra à la question 10 : « L'accord signé en France, est-il un exemple à suivre ? ».

L'UNIC a toujours expliqué que la diffusion en salle est décisive pour toutes les exploitations ultérieures (DVD, VOD, Pay per View, chaînes payantes, chaînes généralistes). Elle est le choix préféré des producteurs car la salle de cinéma permet de faire prendre conscience de la qualité de l'œuvre et garantit le meilleur revenu par spectateur pour le film. Les nouvelles fenêtres d'exploitation, comme la diffusion de films sur Internet ne doivent pas remettre en cause l'exclusivité de la salle pour une période raisonnable et significative.

La Commission Européenne et de nombreux Etats européens ont développé des politiques fortes de soutien à la production et à la distribution des films, ce qui est positif. Il est tout aussi important et logique de défendre cette première exclusivité de la salle.

Les fenêtres de diffusion sont le résultat de la territorialité des droits par pays et la mise à disposition de films en ligne de façon légale est organisée en fonction de l'exploitation nationale, d'où les différences entre Etats membres.

La non-harmonisation de la chronologie des medias à travers l'Europe n'est pas gênante dès lors que les droits sont vendus individuellement dans chaque pays. Cette chronologie des medias a un sens et est vitale pour le financement du cinéma. Il n'y a aucun autre modèle approprié. Elle représente un élément clair et équilibré pour le secteur audiovisuel dans son ensemble.

La France a signé un premier accord en décembre 2005 avec les fournisseurs d'accès à Internet qui prévoit un délai à 33 semaines pour la VOD.

En novembre 2007, un nouvel accord a prévu l'installation d'une Autorité indépendante administrative dont le rôle est de mettre en place les mesures de lutte contre la piraterie, c'est-à-dire la réponse graduée. A partir de la mise en place de cette Autorité à l'automne 2008, les parties se sont engagées à rediscuter de la chronologie des medias.

Les exploitants français souhaitent maintenir ce délai de 33 semaines et ne pas être les seuls à assumer la lutte contre la piraterie. Si toutefois ce délai était abaissé, ils demanderaient à revoir les conditions d'exploitation des films.

On peut saluer la conclusion d'un tel accord entre 42 signataires qui montre la volonté ferme de développer l'offre légale et de lutter contre la piraterie mais elle ne doit pas se faire aux dépens du secteur de l'exploitation. La piraterie est indépendante du délai d'exclusivité de la salle puisque parfois les films sont piratés avant même leur sortie en salle.

Cet accord a vocation à être suivi ou adapté dans d'autres pays européens puisque les conditions d'exploitation et les délais sont différents. C'est l'un des enjeux majeurs des années à venir.