

**« La libération audiovisuelle : enjeux technologiques, économiques et réglementaires »,
ouvrage publié sous la direction de Thomas PARIS**

« UN YALTA DE L'AUDIOVISUEL »

Le peer-to-peer a depuis plusieurs années des effets dévastateurs sur l'industrie musicale et en annonce autant sur les industries des contenus en général. Le mouvement est inéluctable. Le gouvernement vient de lancer un plan de lutte contre la piraterie, les industriels ont engagé une campagne de sensibilisation contre ses méfaits, la législation a été musclée, mais en parallèle, les maisons de disque s'engagent dans des plans de réduction de leurs coûts pour endiguer la chute de leurs résultats. Avec l'arrivée du numérique et de l'Internet, on annonçait une Révolution dans l'univers des contenus ; on craint désormais la Berezina !

Le peer-to-peer ne disparaîtra pas, même dans sa forme gratuite, et il rentrera dans la légalité – ou plutôt, c'est la loi qui s'adaptera à ce nouveau mode de diffusion. Les industries de contenu n'en perdureront pas moins. L'effondrement en cours n'est pas celui de la musique mais bien des fondements économiques et réglementaires de son industrie, et plus généralement des fondements du paysage audiovisuel au sens le plus large. Et si le peer-to-peer est aujourd'hui le phénomène le plus visible de cette recomposition, il n'est qu'une manifestation parmi beaucoup d'autres d'une reconstruction qui n'en est qu'à ses débuts.

Aujourd'hui, la « chronologie des médias » est rediscutée pour faire une place aux nouveaux modes de diffusion (vidéo à la demande...) sans mettre en péril l'économie générale du secteur. L'ensemble des acteurs du monde audiovisuel sont autour de la table avec des enjeux très forts puisqu'ils articulent les trois problématiques majeures de la reconstruction de l'audiovisuel : le développement de nouveaux modes de consommation – peer-to-peer ou VideoOnDemand –, l'apparition de nouveaux modes de diffusion et de nouveaux acteurs (ADSL, UMTS...), la remise en cause des relations traditionnelles entre fournisseurs de programmes et diffuseurs.

Dans ce « Yalta » de l'audiovisuel nouveau, les consommateurs ne sont pas absents, pas plus que les législateurs. Les premiers pèsent de tout leur poids en construisant les usages de demain : le succès du peer-to-peer l'illustre. Les seconds s'efforcent d'adapter le cadre hérité de l'audiovisuel historique, composé de six chaînes hertziennes généralistes.

Mais l'audiovisuel ne pourra se contenter d'un rapide toilettage pour prendre en compte les nouvelles technologies de diffusion de l'ADSL, de l'UMTS ou de l'Internet, car derrière l'évolution des « tuyaux » et des terminaux de réception, c'est une redéfinition de l'économie du secteur qui se dessine. Elle ne pourra pas non plus se contenter d'une simple mise aux normes européennes, car l'audiovisuel, libéralisé, reste un secteur très spécifique au regard du droit de la concurrence.

Les nouvelles technologies – numérique et Internet – et le processus de libéralisation impulsé par Bruxelles donnent à l'audiovisuel les conditions d'une véritable libération : libération des chaînes par rapport aux contraintes réglementaires, libération des possibilités de concurrence et d'innovation, libération du consommateur dans les choix des programmes et la manière de les consommer. Encore faut-il que le nouveau cadre qu'il s'agit de lui donner soit dessiné dans une compréhension fine des évolutions en cours et des enjeux associés.