

Évolution des financements et des politiques en matière de séries télévisées : évolution des politiques culturelles en France

Aurore Bersonnet

► **To cite this version:**

Aurore Bersonnet. Évolution des financements et des politiques en matière de séries télévisées : évolution des politiques culturelles en France. Droit. 2019. dumas-02495596

HAL Id: dumas-02495596

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-02495596>

Submitted on 2 Mar 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



UNIVERSITÉ DE REIMS CHAMPAGNE-ARDENNE - UFR DROIT PUBLIC

MÉMOIRE de Master II

Droit des Collectivités Territoriales

ÉVOLUTION DES FINANCEMENTS ET DES POLITIQUES EN MATIÈRE DE SÉRIES TÉLÉVISÉES

Évolution des Politiques Culturelles en France

Aurore BERSONNET

Sous la direction de : Mme ALLEMAND Roselyne, professeur de droit public

JURY

MEMBRES :	Mme ALLEMAND Roselyne	Professeur Droit Public
	M THURIOT Fabrice	Ingénieur de recherche

Soutenu le 13 juin 2019

Remerciements

Je tiens à remercier différentes personnes pour l'aide à la rédaction de ce mémoire.

Je remercie Madame Allemand Roselyne, en tant que tutrice de ce mémoire, de m'avoir autorisé à prendre un sujet qui n'est pas traditionnel dans le monde universitaire.

Je remercie la bibliothèque universitaire Robert de Sorbon de l'Université Reims Champagne-Ardenne (URCA) et la médiathèque Jacques CHIRAC de Troyes pour l'accès aux documents sur un sujet peu présent dans la littérature universitaire.

Je remercie Monsieur DOYEN Laurent pour l'aide apportée dans les finitions de ce mémoire.

Je remercie Mme OBA ZANGA Jacqueline pour l'accès à son mémoire, étudiante en M2 Droit Public durant l'année 2017-2018.

Résumé

Ce mémoire traitera des différentes solutions que peut utiliser la France de manière individuelle et en partenariat avec ses partenaires de l'Union Européenne pour combattre les grandes plateformes de vidéo à la demande, telle la société américaine Netflix, qui ont bouleversé l'équilibre du marché des séries télévisées en Europe et dans le monde.

Sur le territoire national, celles-ci passeront par des changements au sein du secteur audiovisuel avec des accords et des partenariats entre le secteur privé et public.

Cela passera, aussi, par des changements de législation sur le financement et sur l'organisation de l'administration.

Au niveau européen, les différents services publics audiovisuels devront travailler ensemble par le biais de coopération entre les États.

Dans le même temps, l'Europe devra changer sa doctrine en matière de financement en cherchant des fonds auprès des acteurs du secteur privé afin de pallier et de limiter l'augmentation des redevances télévisées demandées aux contribuables.

Ces changements et cette coopération sont obligatoires afin de ne pas voir disparaître les différents services publics audiovisuels européens dans les prochaines années.

En cas de non accords ou de non prise en compte de ces changements, les Européens ne seront plus en mesure de rivaliser avec ces nouveaux concurrents qui détruisent les marchés audiovisuels nationaux et internationaux en faisant fi des différentes législations.

De plus, les États européens et l'Union Européenne devront changer des habitudes sociétales et culturelles.

Par exemple, cela se traduira par un changement de législation afin d'éviter les manipulations des entreprises, des lobbies et des politiques. Elle est utilisée, principalement, sur les réseaux sociaux pour connaître les goûts, les orientations politiques, éthiques et sociétales des usagers ou des groupes de populations de chaque pays utilisant les données de ces plateformes.

Ils devront aussi travailler sur les questions d'égal accès à la culture et au numérique pour tous.

Liste des abréviations

AAI : Autorité Administrative Indépendante

BBC : British Broadcast Corporation

CNC : Centre National de la Cinématographie

CNIL : Commission Nationale de l'informatique et des Libertés

CSA : Conseil Supérieur de l'Audiovisuel

FAANG : Facebook, Amazon, Apple, Netflix, Google

GAFAM : Google, Amazon, Facebook, Apple

INSEE : Institut National des Statistiques et des Études Économiques

ITC : Independent Television Commission

ITV: Interactive Television

NTIC : Nouvelle Technologie de l'Information et de la Communication

OCS : Orange Cinéma Séries

OFCOM: Office Of Communication

RDA : République Démocratique d'Allemagne

RFA : République Fédérale d'Allemagne

RGPD : Règlement Général sur la Protection des Données

SNCF: Société Nationale des Chemins de Fers

SVOD : Service de Vidéo à la Demande

TIC : Technologie de l'Information et de la Communication

TNT : Télévision Numérique Terrestre

VOD : Vidéo à la Demande

Glossaire

Commonwealth: Ensemble des États de l'ancien Empire Britannique réunis au sein d'une organisation dans le but d'une coopération économique et culturelle

Doping Économique : Ensemble de politique économique d'un pays dans un domaine lui permettant de concurrencer de manière violente ces concurrents ou partenaires sur un marché donné

Mainstream : Phénomènes de masse qui bouleversent à court ou long terme la population et la société et qui proviennent d'une nouveauté artistique, politique, numérique

Monopole : situation économique où une société est seule sur un marché

Networks : entreprise américaine audiovisuelle ayant un poids important en matière d'information et de création audiovisuelle

Oligopole : situation économique où un petit nombre de concurrents se partagent un marché

Plateforme : site Internet et application proposant des services en contrepartie d'une somme pour avoir accès à leurs produits.

Une définition a été trouvée par la Commission Européenne en mai 2016, par l'intermédiaire de sa commission, afin de définir celle-ci.

Elle comprend cinq critères :

- 1) Elles chamboulent des marchés à cause de leurs arrivées fracassantes sur celui-ci et créent d'autres marchés en parallèle de celui-ci
- 2) Elles sont présentes sur des marchés multiface
- 3) Elles utilisent les réseaux des usagers afin que la valeur de leurs marques et de leurs importances sur le marché
- 4) Elles utilisent les TIC (Technologie de l'Information et de la Communication) pour atteindre les utilisateurs
- 5) Elles jouent un rôle clé dans la création de valeurs en captant une partie significative de cette valeur.

Reboots : recréation d'une série ou d'un film

Replays : site internet de chaque chaîne de télévision où les programmes diffusés les jours précédents sont visibles gratuitement.

Société par Action Simplifiée : La société par actions simplifiée est une société commerciale offrant aux actionnaires une liberté d'organisation, définie par les statuts qui sont constitués par une ou plusieurs personnes. Elles n'engagent leur responsabilité qu'à concurrence de leurs apports.

SOFT-POWER : ENSEMBLE D'ÉLÉMENTS PHYSIQUES OU NUMÉRIQUES AUTRES QUE POLITIQUES, DIPLOMATIQUES OU MILITAIRES QUI PERMETTENT À UN PAYS DE DÉVELOPPER SON INFLUENCE VIS-À-VIS D'UN AUTRE PAYS

SOMMAIRE

Introduction	7
Partie I: Des modèles européens inspirants pour la France	12
1. Différents modèles européens inspirants pour la France	13
2. Le système français de création de séries	28
Partie II : L'arrivée d'un nouvel acteur : Netflix	34
1. L'arrivée d'une révolution	35
2. La riposte des marchés européens	51
Partie III : La société française face aux plateformes	64
1. Comment peut-on encadrer les problèmes de droit et d'éthiques ?	65
2. De nouvelles fractures sociales et territoriales en perspectives	72

« Nous voulons devenir un grand producteur. Mais pas un producteur américain qui distille du Hollywood dans le monde entier. Nous comptons produire localement et partout : des thrillers scandinaves, des drames français, des romances indiennes à Bollywood, des mangas japonais ».

Cette stratégie de création de séries télévisées est décrite durant l'interview donnée par Reed HASTINGS, cofondateur et directeur de Netflix, au journal *Le Parisien*, le 13 janvier 2017, sur sa politique de production en matière audiovisuelle et cinématographique.

Cette déclaration du plus gros producteur de séries au monde montre son ambition pour dominer le marché des séries sur chaque continent¹.

À travers cette phrase et cette interview, on peut comprendre en filigrane, qu'à travers son entreprise, Reed HASTINGS veut pouvoir produire des séries à travers le monde en changeant les règles qui ont été mises en place sur le marché cinématographique et des séries télévisées par les pays et par les normes transfrontalières concernant ce sujet.

Mais pourquoi ce seul nom et celui de son entreprise font-ils si peur aux industries publiques et privées et aux politiques publiques et privées gérant la création audiovisuelle ?

Reed HASTINGS a créé Netflix en 1999 dont l'économie était basée sur la location de DVD.

Au fil du temps et de l'évolution technologique, Netflix a dû modifier son modèle économique en passant de la location de DVD à une plateforme de SVOD (service de vidéo à la demande) qui permet de choisir entre des milliers de programmes originaux et de programmes anciens de toutes nationalités et de tout genre suivant le pays où se trouve le consommateur.

Cette stratégie permet de fidéliser une clientèle, en étudiant son comportement par algorithme, en contrepartie d'un abonnement qui lui permettra de voir l'ensemble des produits disponibles sur le site suivant son aire géographique.

Cet abonnement comprend, aussi, un service de suggestion de ses futures consommations.

Grâce à ce procédé, la plateforme permet, aujourd'hui, à son créateur de dégager des milliards de dollars de recettes par l'intermédiaire de la création, de la coproduction et de l'acquisition de droits de diffusion de séries du monde entier.

Cependant, dans la continuité de l'idéologie protestante qui est la base de la culture et de l'économie américaine, une bonne partie des recettes de l'entreprise sert à la création de nouveaux produits pour les consommateurs de ce service.

En moyenne par an, ils investissent près de cinquante pour cent des recettes engendrées de l'exercice précédent.

Ces investissements sont décidés sur des calculs faits par des algorithmes faits par les ordinateurs.

Ils peuvent aussi être pris dans l'optique de frapper un grand coup médiatiquement comme le film ROMA d'Alfonso CUARON, le documentaire sur Antoine GRIEZMANN ou sur les attentats du 13 Novembre.

L'étude des consommations des usagers par des algorithmes permet à l'entreprise de savoir comment et vers quels programmes elle doit orienter sa politique de création et d'achat de programmes afin de garder et de conquérir de nouveaux clients et de nouveaux territoires.

En quelques années et avec cette politique, Netflix a gagné une réputation de créature de séries de qualités et de séries répondant aux besoins et aux envies des consommateurs.

1 <http://www.leparisien.fr/magazine/culture/le-parisien-magazine-reed-hastings-patron-de-Netflix-le-tele-visionnaire-13-01-2017-6553716.php>

Cette manière de concevoir le catalogue, mis à disposition des clients, a permis de mettre à mal les systèmes de création et de diffusion de séries de chaque pays ayant été visés par cette entreprise.

Le premier marché à avoir été touché et modifier en profondeur fut le marché américain.

En 10 ans à peine, près de cinquante millions de personnes se sont abonnées à ce Service de Vidéos à la Demande (SVOD) sur près de trois cents millions d'Américains.

Les clients de ces plateformes sont autant de personnes qui ne regardent plus ou diminuent la consommation des chaînes de télévision traditionnelles et de leurs programmes.

En conséquence, cette stratégie fragilise l'économie du marché des créations de séries aux États-Unis. Elle fragilise, dans le même, temps l'économie et la survie des grandes Networks présentes sur ce territoire.

Ces dernières n'ont pas compris le changement que cette concurrence allait changer sur le marché.

Elles ont préféré gagner de l'argent en faisant des contrats de droits de diffusion ou de coproductions plutôt que de trouver une parade à ce nouvel adversaire.

Aujourd'hui, les pays européens, ayant vu les effets de Netflix sur le marché américain, essaient de trouver une solution pour combattre ce phénomène qui met en danger leur pérennité et leurs financements ainsi que la singularité des créations européennes depuis maintenant quelques années.

Toujours dans cette idée de contre-attaque, au mois de mai 2018, différents services publics audiovisuels européens (France Télévision en France, ARD-ZDF en Allemagne et la RAI en Italie) ont publié un communiqué de presse expliquant leur volonté de créer un service public audiovisuel européen pour la création de séries télévisées.

Pour quelle raison cet événement est-il si important pour les services audiovisuels européens, les médias publics et pour les citoyens ?

Depuis maintenant une dizaine d'années, la culture, l'économie culturelle et les modes de vie ont profondément changé en France, en Europe et dans le monde.

L'arrivée massive de plateformes de services divers et variés, et des nouveaux moyens de communication tels que les tablettes et les smartphones ainsi que les sites de téléchargement légaux ou illégaux, a changé l'ensemble de l'économie audiovisuelle et la consommation ainsi que notre quotidien.

Ces changements ont et vont modifier la politique et le financement des services publics audiovisuels européens.

Cette transformation de ce marché est d'abord partie des États-Unis et précisément de la Silicone Valley en Californie.

Ce territoire, étant pionnier dans les domaines de la communication sur Internet, bénéficie des structures et des compétences humaines permettant de mettre en place de nouveaux modèles économiques et technologiques.

Il est aussi le chef social d'entreprise de matériel de télécommunication comme Apple ou Microsoft qui ont créé des outils permettant l'utilisation et le visionnage de vidéos et de sites internet sur des tablettes et des portables en tous lieux et durant toute la journée.

Ces nouvelles manières de consommer des services et des séries ont bouleversé en profondeur les modes de vie, mais aussi l'économie des différents secteurs audiovisuels.

Ce bouleversement a transformé le rapport des professionnels de ce domaine entre eux tant au niveau économique que politique.

L'apparition des plateformes SVOD a profondément changé le marché et le comportement des acteurs vis-à-vis de la conception de ce marché, du produit, de la concurrence et des interactions entre les acteurs entre eux.

Cela a changé aussi le rapport des consommateurs vis-à-vis de sa consommation et aux attentes de ceux-ci envers les séries qu'ils consomment.

Dans le cas des États-Unis, les sites de vidéos à la demande (VOD) telles que Netflix, Amazon et d'autres, sont devenus des références en matière de vidéos à la demande et dans la création de séries.

Ces plateformes ont changé le marché traditionnel et modifiées les consommations des utilisateurs de séries ainsi que la production de séries par les Networks traditionnelles de la télévision américaine que sont ABC, la FOX ou CBS.

La particularité de ces nouveaux arrivants est que leur économie ne se situe pas dans le domaine de la création audiovisuelle.

Pour certaines, leur économie au début de la société était basée sur la vente de produit sur Internet ou la location de vidéos.

C'est le cas pour la société Netflix qui a dû changer son modèle économique de location de DVD par un site de vidéo à la demande afin d'éviter de disparaître.

Pour d'autres, la puissance financière est tellement importante qu'elles veulent conquérir de nouveaux marchés économiques afin d'avoir des nouvelles possibilités de croissance et de visibilité auprès du public.

Les sociétés, concernées par ce phénomène, sont APPLE et AMAZON.

En plus des séries, les plateformes créent, aujourd'hui des documentaires et des films sur des sujets et dans des domaines qui ne sont plus ou pas mis en avant par le cinéma ou par les chaînes de télévision.

Concernant Netflix, elle se lance aussi dans la diffusion de spectacle vivant et plus particulièrement de « one man show » de comiques venant du monde entier.

Lorsque l'on regarde le cinéma d'aujourd'hui, les grandes Majors, telles que Paramount, Columbia, Universal créent en majorité des films à grands spectacles qui permettent à ces entreprises de gagner de l'argent facilement.

De ce fait, elles négligent les films indépendants à petit budget et à moyen budget qui mettent en avant le côté artistique du cinéma.

En conséquence, on peut voir que ces nouveaux acteurs ont pris la place des anciens en créant des films ou des séries qui ont été rejetés par les acteurs traditionnels.

Ces plateformes voient beaucoup plus loin que le seul marché américain en produisant des films et des séries sur d'autres continents ou dans d'autres pays.

Cette stratégie se complète avec un rachat des droits de diffusion ou de rachat de séries anciennes ou / et étrangères populaires dans le catalogue proposé à leurs clients.

Par ce système, ces plateformes veulent toucher à un plus large public et ainsi acquérir une plus large clientèle sur celles-ci.

En dix ans, ces plateformes ont pris le contrôle de la culture audiovisuelle et de la consommation de séries et de films sur l'ensemble de la planète hors de rares exceptions.

Cette méthode a tellement bouleversé ce marché que les industries et les pouvoirs publics de certains pays doivent trouver des solutions pour continuer à avoir une place sur ce marché et pour exister.

Cela est particulièrement visible en Europe qui a un système de production basé, majoritairement, sur un financement public de l'audiovisuel.

L'Europe est un centre culturel mondial connu et reconnu dans l'ensemble des domaines de l'art. Elle est aussi créatrice d'un art cinématographique important et de séries diffusées dans le monde entier.

Sur ce territoire, les séries sont financées majoritairement par le service public de différentes manières et par différents systèmes privés publics présents dans chaque pays.

Ces systèmes sont le fruit de l'histoire et de la culture présente sur chacun d'entre eux tant au niveau de la forme du libéralisme que dans l'organisation du financement.

Cependant, les pays européens ont subi, depuis quelques années, de nombreuses difficultés pour financer des séries dues, notamment, à la crise économique, à l'arrivée des plateformes des services vidéo à la demande et aux nouveaux médias présents sur le web.

Mais cela est aussi dû à l'obsolescence du système de production et de la difficulté à produire dans certains pays qui se traduisent par le coût du personnel ou de l'imposition sur les productions étrangères dans certains pays engendre du doping économique.

Ces différentes problématiques ont poussé les services publics de pays européens à modifier ou à changer le système économique de ce marché.

Certains pays ont profité de ces changements pour modifier en profondeur le modèle économique de la production de séries dans leurs pays.

C'est le cas des pays scandinaves qui ont changé leurs manières de financer et leurs axes de productions artistiques dans leurs rapports à la production de séries télévisées.

Quant au Royaume-Uni, il a diminué les coûts de production et privilégié l'originalité tout en finançant les séries de manières différentes en ayant des alternatives aux financements publics.

Ces transformations, au Royaume-Uni et en Scandinavie, ont été effectuées au début des années 2000 dans ces pays et ont permis de connaître un grand succès tant dans leurs pays que dans le monde entier auprès des publics et des professionnels.

Cela leur a permis d'avoir une puissance et une visibilité qu'ils n'avaient pas ou plus. Celle-ci leur permet d'approfondir leur soft-power et ainsi avoir une plus grande influence au niveau artistique mainstream.

Dans le même temps, cette méthode a permis à ces pays de concurrencer de manière directe les grandes plateformes.

La France n'a pas encore fait de changement majeur dans son rapport à la production de séries télévisées.

Une partie de ce changement devrait se faire en s'imposant comme leader de la coopération audiovisuelle au niveau européen.

Cela consistera à créer une plateforme, à l'image de Netflix, avec un fonds commun pour la production de séries.

Cependant, ce concept, qui est en discussion depuis quelques mois, fait plutôt office d'une solution d'urgence permettant de limiter les dégâts que d'une solution à long terme afin de limiter l'influence de ces plateformes que de contrer ces grandes plateformes Internet.

Cette approche est pourtant la seule solution qui soit véritablement envisagée par la France et par les pays européens.

Dans le même temps, des questions d'ordre éthique, de droit et d'égalité sociale se posent.

Les moyens qu'utilisent ces plateformes pour choisir et connaître les goûts et les préférences de leurs clients, consistent à connaître toutes les données personnelles et des données de navigation.

De ce fait, peut-on envisager que des sociétés privées connaissent l'ensemble de notre vie Internet, nos données personnelles et de nos goûts culturels ?

De plus, savons-nous si ces données sont utilisées par ces entreprises à des fins de manipulations économiques et politiques ? Peuvent-elles être revendues par celles-ci à d'autres entreprises pour qu'elles puissent faire des bénéfices ou utilisées à des fins politiques sans notre accord ?

Ces questions sont importantes et posent des problèmes politiques et éthiques ainsi que légales. Cependant, au-delà de ces questions, des problématiques sociales sur l'égal accès à la culture, l'accessibilité entre les territoires français à celle-ci et au réseau 4G ainsi qu'aux services de l'État sont à prendre en compte dans l'évolution de la création de séries.

Le fait que sur le territoire français, voire européen, l'ensemble de la population n'a pas forcément le même niveau de rémunération ou de débit internet posent des problèmes d'accès aux plateformes et à la culture.

Si cette fracture culturelle se confirme, cette inégalité sociale fera apparaître une fracture encore plus grande entre les villes et la ruralité et entre les personnes ayant les moyens financiers et les autres.

Par conséquent, la question est de savoir quelle pourrait être la solution la plus adéquate pour la France et pour l'Europe, pour combattre cette expansion de séries étrangères et de ces plateformes venant de ces nouveaux acteurs qui affaiblissent le système audiovisuel et la créativité française ?

Tous ces éléments nous font nous demander, aussi, comment cette question va-t-elle évoluer dans le futur tant au niveau de la société française et européenne qu'au niveau économique et politique ?

Nous tenterons de l'expliquer par les modèles européens sur lesquels peut s'inspirer la France (I), l'impact du Netflix en France actuellement et dans le futur (II) et enfin, sur les questions d'éthique et d'inégalités sociales au sein de la société française vis-à-vis de l'essor de ces plateformes (III).

PARTIE I :

DES MODÈLES EUROPÉENS INSPIRANTS POUR LA FRANCE

Le service public français peut prendre exemple sur différents pays d'Europe afin de trouver des solutions aux problèmes de créations et diffusions des séries télévisées.

Ce sont les modèles britanniques, allemands et scandinaves qui peuvent être utilisés pour cela.

Diverses raisons expliquent ces choix : mode de financement plus efficace que le nôtre, système de création plus "libre" dans la création, organisation institutionnelle et interne fonctionnent d'une autre manière qu'en France.

Dans le même temps, la compréhension du système français et les problèmes internes de celui-ci doivent être compris et réglés avant de pouvoir mettre en place des changements au sein de cette industrie afin de pouvoir concurrencer les plateformes au niveau national et international.

1. DIFFÉRENTS MODÈLES EUROPÉENS INSPIRANT POUR LA FRANCE

Avant d'étudier pourquoi Netflix a acquis une telle puissance en seulement quelques années et met en péril les systèmes audiovisuels européens, nous devons expliquer comment fonctionnent les différentes industries audiovisuelles européennes inspirantes pour la France.

Ces derniers ont été choisis soit pour la qualité du service donné aux usagers soit pour leurs organisations qui peuvent être utiles pour la France dans divers domaines.

Ces services publics sont, aujourd'hui, des références mondiales dans le domaine audiovisuel.

De ce fait, la France pourrait prendre exemple sur ces modèles pour se rénover.

1.1. Le service britannique de l'audiovisuel : la BBC (British Broadcast Corporation)

La BBC fait figure de gage de qualité dans le domaine de l'audiovisuel tant au niveau des séries, des émissions que de l'information.

Cependant, elle a dû modifier sa politique de manière globale et notamment dans le domaine de la production de séries télévisées.

1.1.1. La BBC et son histoire

La « tante », comme la surnomment affectueusement les Britanniques, a été créée au début du XXe siècle par l'État britannique.

Encore aujourd'hui, avec l'évolution et les changements sociétaux vécus par la société britannique, la BBC est toujours aussi importante pour l'ensemble de sa population.

Tous les grands événements politiques, culturels ou sociétaux sont diffusés et analysés sur ses ondes.

La fiction fait aussi partie de l'attachement que les Britanniques ont envers leur « aunt »².

On peut le voir avec des séries existantes depuis plusieurs décennies comme *Doctor Who*³ ou *Eastenders*⁴.

Ces dernières sont toujours diffusées et suivies sur la BBC par des millions de personnes sur les différents supports disponibles par les usagers⁵.

Véritable organe de communication, politique et du soft power britannique, ce service public, créé par les pouvoirs publics du Royaume-Uni avait et a pour volonté de rendre la population « intelligente et cultivée ».

L'idée des responsables britanniques, à la création de la BBC en tant que radio, était de créer un service public radiophonique de qualité pour la population tant au niveau de l'information que dans les domaines de la culture, de l'éducation que du divertissement.

2 Traduction de tante en anglais

3 Série créée en 1963 jusqu'aux années 1980 et rebootée en 2005

4 Série créée en 1985

5 Cf Partie 1: 1.1.2.2

Cela a été particulièrement visible et utilisé lors de la Seconde Guerre Mondiale durant laquelle la BBC a mis en place une programmation qui permet de donner un ersatz d'éducation aux auditeurs.

Cette forme a été synthétisée par le schéma de la pyramide de Haley.

Figure 1 : La pyramide de Haley disponible dans *Radio et télévision britanniques*. Presse universitaire de Rennes. 1999 de DICKASON, Renée.

Celle-ci définit le schéma des programmes mis en place par la BBC pour la qualité de ses programmes.

Elle se compose de trois parties allant de la partie avec des programmes qui demandent le moins d'effort, aux spectateurs (Light Programme), puis les programmes intermédiaires (Home Service) et enfin les programmes qui demandent le plus d'effort, mais qui sont de qualité supérieure (Third Service).

Quelques années après, elle prend, un rôle important et de tout premier plan au niveau politique en diffusant les discours de grands personnages de l'État britannique comme le roi d'Angleterre, George VI et le Premier Ministre Winston CHURCHILL ou de chef d'État en exil comme le Général De Gaulle ou la Grande-Duchesse Charlotte de Luxembourg lors de la Seconde Guerre Mondiale.

Son rôle politique ne s'arrête pas là. Elle a aussi servi pour la diffusion de messages pour les différents organes de résistance des différents pays occupés par l'Allemagne nazie en France, en Belgique ou au Luxembourg.

Cet attachement et la renommée mondiale de la BBC viennent, par conséquent, autant de son rôle historique, culturel que du symbole de l'ancien Empire britannique qu'elle représente.

Pour montrer sa puissance, son soft power et son attachement au Commonwealth, la BBC a développé des programmes et des stations de radio spécifiques en Asie⁶.

L'arrivée de la télévision à la fin des années quarante et de manière, plus intense durant les années cinquante et soixante, devait être au départ pour les dirigeants de la BBC qu'un complément de la radio.

Elle n'était pas considérée, à ce moment-là, comme un média majeur par les élites et par les politiques de l'époque.

La télévision était considérée comme étant un organe de communication mineur et « vulgaire » comparativement à la radio qui permettait de diffuser des programmes de qualité et de garder l'auditeur concentré sur les programmes éducatifs et culturels.

⁶ <https://www.bbc.co.uk/asiannetwork>

Lors du couronnement de la reine Élisabeth II en 1953, le Premier ministre Winston CHURCHILL ne voulait pas de ce média intrusif et imposant durant un événement majeur, religieux et politique pour l'histoire britannique.

Mais, la Reine et d'autres personnes hautement placées avaient compris l'importance de ce média dans l'avenir de la société britannique et du monde particulièrement dans un contexte de décolonisation, de reconstruction de l'après-guerre et de tension politique dans le monde entier et particulièrement en Europe.

L'évolution et la propagation de la télévision dans la société britannique, européenne et mondiale à partir des années cinquante ont modifié le rapport de force de la radio et de la télévision et à donner raison aux personnes qui ont cru en ce nouveau média.

La télévision a progressivement fait sa place dans les maisons des Britanniques comme dans l'ensemble des maisons en Europe et dans le monde entier.

La télévision est devenue un média majeur. La création d'émission et de séries télévisées a permis à la BBC de faire connaître ces produits et d'imposer un soft power à travers le monde.

Des séries Britanniques comme *Doctor who*, ou les *Monty Python Flying Circus*⁷ sont des séries connues de tous les britanniques et dans le monde entier.

La BBC a été conçue pour les Britanniques par ces dirigeants et les membres de la classe politique avec la même exigence que la radio à partir du milieu des années cinquante.

C'est-à-dire avec le même niveau de qualité et avec le même niveau éducatif que les programmes mis à disposition de la population à la radio.

Il en va de même pour l'information avec, au fil du temps, une indépendance journalistique de plus en plus importante.

Toute cette politique a fait que la BBC était très appréciée de la population britannique.

Cependant, les seuls programmes de la BBC ne suffisaient plus à satisfaire la population ni à satisfaire les hommes politiques les plus libéraux qui veulent une société de marché avec une très faible implication de l'État et une très faible régulation des marchés.

Ayant vu et eu l'expérience de l'arrivée de la télévision aux États-Unis, les chercheurs et les politiques britanniques se sont aperçus de l'évolution et du comportement du marché dans ce domaine.

Cette évolution se fait en plusieurs étapes.

La première commence par un début de consommation autour d'un monopole. Puis petit à petit, ce monopole se perd pour aller vers une fragmentation de ce marché entre plusieurs personnes.

Par conséquent, la situation de monopole de la BBC sur le marché de l'audiovisuel britannique devait être temporaire et ce marché devait s'ouvrir à la concurrence.

⁷ Programme diffusé en 1969 et 1974

Figure 2 : Évolution du marché vers la fragmentation disponible dans *Médias et société*. 16eme édition, Paris: LGDJ lextenso EDISONS, 2013 de BALLE, Francis

Au vu de cette théorie, les gouvernements pensaient que le milieu des années 50 était le bon moment pour ouvrir ce marché à la concurrence.

De plus, cette vision est encore plus désirée du fait de la pensée libérale du Royaume-Uni.

Cette volonté de casser le monopole et de mettre de la concurrence sur le marché audiovisuel est due à un système économique basé sur la libre concurrence.

Le système britannique n'est pas adapté et n'a pas la volonté de voir s'installer un système monopolistique sur le territoire.

Ce territoire et la mentalité présente sur celui-ci font que la concurrence doit prédominer sur tous les autres systèmes qu'il soit monopolistique, oligopolistique.

Par conséquent, la création d'une concurrence semble inévitable sur le territoire britannique.

En ce sens, le gouvernement, avec l'Instance de Régulation des Médias (ITC) a attendu 1955 pour créer une chaîne de télévision privée.

Cette chaîne, ITV (Interactive Television), est une chaîne privée dont l'État est le principal actionnaire.

Avec la création de cette chaîne, la concurrence est en place sur le territoire britannique puisque les règles diffèrent entre les deux concurrents.

Dans le même temps, le gouvernement a mis en place un système de chaînes locales par la BBC permettant la diffusion d'information et de documentaire sur les territoires nationaux afin que chaque nation soit représentée et puisse développer sa propre communication et culture sur l'ensemble de son territoire.

Il en existe même dans les différents comtés de l'Angleterre, d'Écosse, du Pays de Galles et d'Irlande du Nord.

En parallèle, la maison mère de la BBC a créé des maisons filles. Elles permettent de mettre en place des outils lui permettant de créer et de diminuer les coûts en mettant en place des orchestres ou des studios d'enregistrement pour les séries ou films produits par ce service public.

Ce bouleversement a été organisé et géré par une administration nouvellement créée par l'État britannique par l'intermédiaire de l'organe de régulation de la télévision l'ITC.

Cette instance de régulation, qui a permis la création des chaînes ITV et des chaînes régionales, est une autorité administrative indépendante.

Elle travaille en collaboration avec le gouvernement britannique, a pour fonction de contrôler et réguler les programmes, les conflits portant sur l'audiovisuel.

Cette administration, tout comme le service public de la BBC, est organisée, financée et mise en place par des documents officiels qui sont des « broadcasting act » créés par le gouvernement et signés par la reine d'Angleterre.

Le Royaume-Uni est une monarchie parlementaire dont le chef de l'État est la reine d'Angleterre. Le gouvernement est élu par le peuple et gouverne au nom de la reine.

De ce fait, les services publics sont contrôlés par l'État via des « acts » qui sont créés par le gouvernement, votés par le parlement et signés par la reine.

Ce « broadcasting act » est refait à peu près tous les cinq à dix ans (suivant les événements politiques ou économiques du pays) afin de redéfinir le contenu des programmes, les différentes politiques radiophoniques, télévisuelles, numériques et journalistiques de la BBC ainsi que le coût de la redevance qui sert à financer et réorganiser les services de la « tante ».

Le contrôle de la BBC est fait par le Parlement britannique, qui est composé de la Chambre des Communes et de la Chambre des Lords, qui contrôle et dirige le contenu et l'organisation de la BBC sous le commandement de la reine.

Cette présentation a permis de montrer que la BBC était extrêmement importante pour les Britanniques et qu'elle a su évoluer suivant les événements économiques et sociaux vécus par les Britanniques.

Cet attachement vient de l'histoire qu'elle a jouée lors de la Seconde Guerre Mondiale, mais aussi grâce à des programmes longtemps diffusés sur les ondes du groupe qui a permis de créer un lien entre les citoyens et la chaîne.

Cet attachement a permis de concevoir des améliorations de ce service public pour la rendre meilleure qualitativement et économiquement tout en gardant l'esprit du service public.

Cette méthode a permis aussi à la BBC de garder sa popularité grâce, notamment, à des programmes qui ont su s'installer dans l'imaginaire et la mémoire des citoyens.

Le fait que la BBC soit un service public avec des moyens alloués à la création de programmes, lui permet de créer des séries qui participeront au soft power britannique et l'enracinement de celle-ci auprès de ses concitoyens.

Les changements apportés par les différents *acts* permettent de mettre au diapason les problèmes et des changements de la société britannique du service public audiovisuel.

La question est de savoir comment le service public britannique peut créer et financer des séries grâce aux différents financements qui lui sont alloués par les impôts et autres ?

1.1.1. La création de séries

Les séries britanniques, financées par le service public et par les chaînes privées sont réputées être de très bonne qualité dans le monde entier tant au niveau de la qualité artistique que pour le coût qu'elle représente globalement.

Dans le cas de la BBC, la question est de savoir comment cela se traduit-il dans la réalité.

1.1.1.1. Le financement

La BBC finance la création de séries télévisées par différents biais.

Le premier est le financement de la redevance qui est similaire aux autres services publics européens.

Cependant, avec l'évolution des nouvelles technologies, une baisse des redevances est constatée au Royaume-Uni depuis quelques années comme dans tous les pays européens.

Dans le même temps, depuis maintenant quelques années, au vu de la crise économique de 2008 et de ses conséquences ainsi que du modèle économique libéral du Royaume-Uni, les gouvernements britanniques successifs veulent une moins grande présence de l'État dans les divers secteurs de l'économie.

Ils veulent aussi limiter le poids de la dette publique britannique.

De ce fait, le portefeuille alloué à la BBC est de plus en plus limité par le « broadcasting act ».

Par conséquent, la BBC doit trouver d'autres sources de financement pour créer ses productions audiovisuelles.

Pour avoir d'autres ressources afin de continuer sa programmation culturelle, la BBC bénéficie des revenus liés à la publicité et dans le placement de produits dans les émissions et les séries.

De plus, elle fait appel à des producteurs privés pour pouvoir créer des séries. Ce qui lui permet de n'être que co-producteur ou diffuseur des séries qu'elle diffuse et ainsi limiter l'argent qu'elle investit dans les productions.

La BBC peut aussi se financer par la BBC Worldwide.

Cette entreprise est cotée en Bourse et permet de financer une grande partie des séries et des produits dérivés liés à celles-ci.

L'inconvénient de ce système est qu'il est difficile de savoir exactement combien de ressources dispose la BBC pour la production.

Le fait que la société BBC Worldwide soit cotée en Bourse pose des problèmes pour comptabiliser correctement l'investissement et le financement de la BBC.

Enfin, la BBC peut demander des subventions à l'Union Européenne pour le financement de séries et de productions britanniques.

Cependant, ce dernier point est en suspens depuis le processus du Brexit qui signifie la sortie du Royaume-Uni de l'Union Européenne.

Aucun accord n'ayant été trouvé et approuvé entre les différents partis pour une sortie du Royaume-Uni de l'Union Européenne à ce jour, tant pour la transition que pour la séparation, on peut supposer que la BBC, tout comme les chaînes privées, pourrait ne plus avoir accès à ses subventions pour la création de films, de séries et dans d'autres domaines artistiques.

Dans le cas où un accord est trouvé, les subventions audiovisuelles seraient probablement non comprises dans l'accord de séparation entre le Royaume-Uni et l'Irlande du Nord et l'Union Européenne.

Ces différents moyens, qu'utilise la BBC pour financer ces ressources, permettent de comprendre comment la BBC finance la création de séries.

Après l'investissement, nous devons voir comment se construit le processus de création des séries.

1.1.1.2. La création et diffusion de série sur la BBC

En 1998, le gouvernement de Tony BLAIR et la direction de la BBC ont décidé de rénover en profondeur le service public de l'audiovisuel britannique. Ce changement s'est mis en place dans l'ensemble des services de la BBC.

Les services de la radio, des programmes et de l'information ont été modifiés afin de coller aux attentes du public et aux évolutions de la télévision ainsi que de réduire les coûts.

À partir de 2005, la BBC a lancé de nombreuses séries qui ont propulsé « la tante » comme diffuseur et producteur de séries de qualité.

De nombreuses séries sont devenues des classiques et des phénomènes de société, tant au niveau mondial que national, entraînant un nouveau dynamisme et une reconnaissance de la culture anglaise et de sa qualité d'écriture, de jeu, de réalisation et de production des séries (*SHERLOCK*, *Doctor Who*, *Call A Midwife*).

Cette période prospère a duré à peu près sept ans.

À partir des années 2010, l'apparition de nouvelles techniques de communication a profondément changé la consommation des programmes de la BBC.

La consommation des programmes sur tablettes numériques, ordinateurs s'est faite de plus en plus présente dans les ménages britanniques.

En parallèle, la consommation de programmes par téléchargement, par Replay ou par les plateformes de streaming légales ou illégales a aussi modifié la consommation et la diffusion des programmes télévisuels.

Le nombre de personnes devant les écrans de télévision a diminué en valeur absolue. Mais le nombre de personnes regardant ces programmes a pu augmenter ou être équivalente par l'intermédiaire des sites de replays et de téléchargements légaux ou illégaux.

Avec l'arrivée de ces nouveaux outils et des nouvelles formes de consommation et pour faire des économies, la BBC a développé et modifié sa grille de lecture pour les spectateurs en mettant ses programmes sur différents médias en faisant et créant des programmes et des chaînes pour ses chaînes YouTube et pour sa plateforme.

Sur le même principe, elle a aussi ses dernières années, arrêté la diffusion de la chaîne BBC 3 sur les canaux terrestres pour la diffuser uniquement sur Internet.

Il en va de même pour la BBC 4. Celle-ci est en diffusion que le soir et la nuit, car la chaîne diffuse principalement de la musique et des programmes cinématographiques.

Ces deux chaînes étant principalement destinées aux jeunes au vu de sa programmation en diffusant des programmes originaux sous forme de séries, d'émissions et de documentaire, de concert qui sont adaptés à leurs goûts.

De ce fait, la production de séries se fait aujourd'hui sur l'ensemble des chaînes du groupe BBC présente sur deux supports : la télévision et le web.

Cette nouvelle manière de concevoir les chaînes de télévision et les programmes diffusés sur celles-ci engendre quelques modifications pour la création de séries par la BBC.

La BBC produit à peu près entre 30 et 50 programmes par an réparti entre les soap-opéras, des mini-séries de 3 épisodes et des séries de 12 épisodes.

Ce chiffre peut évoluer suivant les événements ou les hommages présents dans l'actualité.

Par exemple, durant l'année 2012, la BBC a produit de grand nombre de documentaires, de nombreuses adaptations de pièce de William Shakespeare et de séries historiques sur l'histoire de la monarchie britannique et du Royaume-Uni dans le cadre du Jubilé des cinquante de règne de la Reine Elizabeth II.

Dans le même temps, dans le cadre des Jeux Olympiques de Londres des séries humoristiques ont été créées pour promouvoir ces jeux.

De manière générale, la production est de quelques millions d'euros pour une saison entière d'une série.

Cependant, même si ce montant est important, il y a beaucoup de coûts de production qui rendent ce coût moins cher que ce que l'on pourrait imaginer.

La BBC tourne la plus grande partie des scènes en studio qui se trouve le plus souvent à Cardiff, au Pays de Galles.

Dans le même temps, pour les scènes en extérieurs, elle tourne dans des lieux présents dans toute la Grande-Bretagne même si de nombreuses scènes se passent au Pays de Galles, car il est moins coûteux en termes de salaires et de coûts de production que ceux de Londres ou d'autres villes ou régions de Grande-Bretagne.

De plus, Cardiff, bénéficie de décors naturels et urbains permettant le tournage de plusieurs séries et de films en simultanée.

N'ayant pas été détruit par les guerres ou par l'urbanisation, elle a gardé des bâtiments et des paysages pouvant permettre de filmer dans des décors du XIXe et XXe siècles.

Concernant les effets spéciaux, ils sont bien sûr, présents.

Elle privilégie le "réel" en créant énormément d'éléments en « vrai » comme certains décors ou prothèses afin de rendre l'histoire plus réelle ainsi que pour des questions de coûts.

Quant à la musique, elle est enregistrée par les divers orchestres de la BBC.

Il en existe plusieurs réparties entre les différentes nations et les différentes régions de la Grande-Bretagne.

Tous ces éléments font que le coût de production d'une série est moins onéreux que l'on pourrait imaginer.

Concernant le contenu des séries en termes d'histoire, le cahier des charges doit correspondre aux idéaux de qualité tout en permettant un questionnement sur la société.

De ce fait, les histoires traitées dans les séries vont être principalement historiques et contemporaines. Elles peuvent, aussi, être des créations ou des renouvellements de séries sur les ondes de la BBC avec toujours le gage que ces séries doivent apporter des éléments éducatifs et culturels.

En mettant en place ce système depuis maintenant plusieurs années, la BBC est devenue un modèle de qualité dans la production et dans la diffusion de séries télévisées partout dans le monde et beaucoup de pays, aujourd'hui, voudraient s'inspirer de ses méthodes.

Ces changements lui ont permis de prendre une place à part dans la culture mondiale et de montrer la culture artistique, politique de la BBC à travers ces productions et ainsi développer un soft power extrêmement puissant dans le monde.

1.1.2. La régulation au Royaume-Uni

Le service public britannique a deux organes de contrôle principaux dans la création de séries.

Dans un premier temps, il y a le conseil exécutif de la BBC qui permet de définir, gérer, organiser la programmation pour les chaînes de la BBC.

La deuxième entité est la BBC TRUST qui gère la redevance et sa répartition entre les différents acteurs publics.

Le conseil exécutif est tenu par le « broadcasting act » de respecter les termes de la loi votée par le Parlement, faite par les ministres et signé par la reine.

Dans le cas de la création de séries, il y a des quotas que la BBC doit respecter pour la production faite par la BBC et un quota dans la diffusion de production indépendante ainsi que pour la diffusion de programme européen sur la BBC⁸.

La BBC doit aussi respecter les règles des codes édictés par ses soins ainsi que par les chaînes privées et l'ITC, devenue OFCOM (Office of Communication), concernant les règles de bon goût, de pudeurs et de protections de l'enfance.

La modernisation de la BBC, depuis maintenant vingt ans, permet de constater l'évolution sociale et de politique intérieure de la Grande-Bretagne.

Cette modernisation est aujourd'hui reconnue dans le monde entier et inspire les différents services publics audiovisuels dans le monde.

Elle est souvent prise comme référence par des observateurs ou des professionnels notamment en France.

La BBC a, certes, des qualités, mais elle est très éloignée de nous dans sa construction, son fonctionnement et sa philosophie.

Ne pourrait-on pas utiliser un autre modèle que celui-ci pour rénover le service public français ?

1.2. Le système allemand du service public audiovisuel

Il est intéressant de traiter le système allemand pour diverses raisons.

Tout d'abord, étant un pays Fédéral, le système de financement de l'audiovisuel public allemand sera différent de la BBC ou du système français qui ont un système plus centralisé.

Ensuite, car la création audiovisuelle allemande est faite par l'intermédiaire des Länders.

Les éléments du système allemand, qui sont intéressants, pourraient, si cela est bénéfique pour le système français, être adaptés.

1.2.1. L'histoire du système audiovisuel allemand

Le système allemand de l'audiovisuel et de séries, tel qu'il existe aujourd'hui, date de la fin de la Seconde Guerre Mondiale.

8 Voir annexe 2

Après la capitulation du régime nazi en 1944, les alliés se sont organisés pour recréer un système de radiodiffusion.

Leur but étant de purger les médias allemands de toute influence de l'État nazi et de toutes influences étatiques.

Pour pallier cela, ils ont créé un système ayant pour base la société civile et les États Fédérés.

Les commissions pour l'audiovisuel des États fédérées sont composées de membres élus des Länders, mais aussi de représentants d'associations, de religions ou autres membres de la société civile.

Au cours des divers événements historiques, le système a dû s'adapter aux aléas de la vie politique et sociale de l'Allemagne.

Suite à la réunification de l'Allemagne en 1990, le système audiovisuel a dû s'adapter à ce défi de la réunification unifiant et adaptant des systèmes audiovisuels extrêmement différents de la RDA (République Démocratique d'Allemagne) et de la RFA (République Fédérale d'Allemagne).

Elle a su prendre, aussi, le train du câble dans les années quatre-vingt permettant ainsi de toucher un maximum d'usagers et limitant les effets de l'arrivée du satellite durant les années quatre-vingt-dix.

Le marché audiovisuel se compose de chaînes télévisuelles et de stations de radio publiques et privées.

Le service public se compose, en matière audiovisuelle du groupe ARD-ZDF.

1.2.2. Le financement

Avant les récents changements, le financement se faisait par une redevance par habitation non-obligatoire qui possédait un appareil pouvant réceptionner des chaînes de télévision.

L'habitation peut être une famille, une colocation, une entreprise ou une association.

Dans les faits, toutes personnes déclarant utiliser un matériel audiovisuel ou radiophonique devaient payer, jusqu'en 2012, une taxe pour les deux types d'appareils.

Avec l'arrivée des nouvelles technologies, l'État Fédéral a reformé son modèle de redevance télé.

La consommation de services audiovisuels et radiophoniques étant de plus en plus difficile à maîtriser avec le nombre croissant de différents types d'appareil mis à la disposition au sein de chaque résidence et auprès de chaque individu, la République Fédérale d'Allemagne a décidé de mettre en place une redevance unique pour tous les types d'appareils présents dans une habitation.

Dans le même temps, la redevance est devenue obligatoire, donc imposable.

Les responsables politiques considèrent que chaque résidence ou lieu ayant un appareil permettant la réception de programmes audiovisuels devaient payer un impôt sur l'audiovisuel.

Cet impôt est, approximativement, de 18 euros par mois soit approximativement 250 euros par an.

La difficulté posée par ce nouveau système est que les Allemands considèrent la redevance maintenant comme une taxe et non comme une contribution, ce qui était le cas avant 2013.

Ce nouvel impôt est mis en place par l'État Fédéral Allemand.

Or, cela n'est pas de la compétence de l'État Fédéral, car même s'il est responsable de la diffusion, ce sont les États Fédérés qui sont responsables des taxes.

Cette problématique touche les rapports entre Länders et l'État Fédéral et, par conséquent, touche à l'essence même de la répartition des pouvoirs du système institutionnel allemand.

Cette redevance finance une vingtaine de chaînes et une soixante de stations de radio.

Elle finance par ce biais les programmes créés par les chaînes de télévision et les stations de radio. Il en va de même des programmes et des séries qui peuvent être financées par les Länders.

Le financement se fait aussi par les publicités et par des investissements privés.

Ce système, en trois parties, permet d'avoir un équilibre entre les différents financements apportés pour le fonctionnement du service public allemand.

Pour la création de programmes tels que les séries, elle peut se faire aussi par les différentes subventions européennes ou des Länders.

1.2.3. La création

L'Allemagne étant un pays Fédéral, la répartition des pouvoirs s'effectue entre les deux niveaux l'Allemagne Fédérale (Bund) et les États Fédérés (Länders).

Chacune des parties ayant ses compétences propres et son financement propre.

En matière de culture, comme dans quasiment tout système Fédéral, le financement et la création de séries se font par l'intermédiaire des Länders qui financent et gèrent les chaînes publiques, par un système complexe dû aux alliances entre les différents services publics des États Fédérés et entre États Fédérés.

Par conséquent, la création dépend de la vision que veut donner chaque Lander à la culture et aux services publics.

Cependant, aujourd'hui, les Länders veulent créer, financer et diffuser des programmes de qualités.

Cette liberté est assurée par la constitution qui garantit une libre administration des Länders dans ce domaine.

Par ce financement, elles veulent s'ouvrir au monde et construire une nouvelle image de l'Allemagne afin d'approfondir son soft power dans le monde après l'avoir conquis économiquement.

1.2.4. La régulation

Étant dans un système fédéral, l'État Fédéral d'Allemagne n'est pas compétent en termes de régulation des médias et des services publics audiovisuels.

Ce sont les Länders ou les services publics eux-mêmes qui sont responsables de la régulation.

Dans le cas du service public audiovisuel allemand, la régulation se fait de manière interne par des conseils de radiodiffusion composés de personnes de la société civile et de professionnels de l'audiovisuel⁹.

Des règles similaires sont présentes dans les organes du secteur privé audiovisuel.

Elle régule toutes questions concernant les règles audiovisuelles qui sont dans leurs compétences.

⁹ voir Annexe 2

Il n'existe pas de quotas de création audiovisuelle sur les différentes chaînes publiques allemandes.

Cependant, ces créations doivent pouvoir satisfaire les besoins des usagers tant au niveau du divertissement que de la culture.

Le modèle allemand fonctionne d'une manière différente que la BBC au Royaume-Uni.

Cela est dû à son système politique qui est une organisation Fédérale où les pouvoirs sont concentrés et organisés par les Länders.

De ce fait, les Länders ont tous pouvoir en matière de culture et de séries audiovisuelles.

Cependant, ce pouvoir et ce financement sont aujourd'hui un point de divergence avec l'État Fédéral qui voudrait avoir son mot à dire sur cette question.

Après ces deux modèles très différents, étudions le modèle scandinave qui nous permettra d'envisager une nouvelle approche de créations de séries au sein des services publics de ces pays.

1.3. Les séries scandinaves

Depuis maintenant quelques années, les séries scandinaves ont acquis une place de plus en plus importantes auprès du public et auprès des critiques dans leurs pays, en Europe et dans le monde.

Des séries comme *BORGEN* ou *Real Humans* sont devenues des phénomènes de société et ont inspiré de nombreuses séries dans les différents pays du monde.

Le développement de cette industrie est dû à une refonte de la part des trois grands pays scandinaves que sont la Suède, le Danemark et la Norvège de leurs systèmes de services publics audiovisuels.

Elle a pour base de mettre en commun leurs services publics tant du point de vue des ressources que de leurs méthodes de travail.

Comment cette refonte a-t-elle pu être aussi prolifique pour l'image et la société de la Scandinavie et pour le service public scandinave dans son ensemble ?

1.3.1. Le financement

Au vu du peu d'habitants dans ces pays (entre sept et dix millions de personnes dans chacun de ces pays), les services publics sont omniprésents sur l'ensemble de ces pays tout comme sur le marché audiovisuel.

Étant un petit marché, les chaînes privées sont peu présentes et ne pourraient pas vivre sur un marché aussi restreint par manque de demandes suffisantes sur celui-ci.

La Suède, la Norvège et le Danemark sont des pays avec des cultures et des histoires proches.

De plus, il n'y a pas de tension entre ces différents pays politiquement et militairement.

Ce fait permet des échanges commerciaux et culturels plus simples et plus rapides entre ces États.

L'ensemble de ces éléments ont permis aux responsables politiques des trois royaumes de prendre la décision de mettre en commun les différents services publics audiovisuels par l'intermédiaire d'une fusion.

Cette méthode permet de limiter les coûts de fonctionnement, d'investissement et de diffusion.

Le financement se fait principalement par les redevances payées par les populations des trois pays.

Elle finance l'ensemble du service public. Il en va de même pour les séries télévisuelles.

Ce marché étant peu concurrentiel, le service public est le seul à avoir les capacités de financement et de diffusion suffisantes et adaptées à la production de séries télévisées.

1.3.2. La particularité de la création des séries

Cette organisation, regroupant les trois services publics de ces pays scandinaves, s'est fixée une règle précise en matière de série audiovisuelle : faire de la qualité.

Cette idée est, pour eux, l'élément le plus important dans le processus et l'exploitation de la série. Cette philosophie et cette conception de la série télévisée ont permis de construire une industrie audiovisuelle prospère et propagée dans le monde entier.

Les responsables laissent du temps et de l'espace à la créativité des scénaristes afin d'aborder des sujets de sociétés ou de culture de manière approfondie.

Cette conception a permis de créer des séries de qualité afin de fidéliser la population au service public. Elle permet aussi de concevoir une nouvelle conception de création.

Dans certains pays, la question de la rentabilité du coût de la série ou du casting est plus importante que le scénario ou la qualité de l'œuvre dans sa globalité au vu du marché très concurrentiel qui existe.

La Scandinavie laisse du temps à l'ensemble des acteurs de la création de séries pour créer une œuvre de qualité et originale. Cette méthode passe par une organisation en amont.

Cette organisation passe par un budget programmé sur plusieurs années dont le budget principal de ce programme est la rémunération des scénaristes.

Il existe une véritable recherche de ces contrats de la part des scénaristes, car leurs contrats sur le développement des séries sont prévus sur plusieurs années avec une sécurité de l'emploi. Cette rémunération est beaucoup plus avantageuse que celle présente dans les milieux du théâtre et du cinéma.

Il n'y a pas que la rémunération des scénaristes qui a été retravaillée par les services publics, il y a aussi des conditions de travail qui sont extrêmement bonnes et « confortables ».

Les services publics ont mis en place des conditions de travail « idéales » afin de mettre les scénaristes dans de bonnes conditions de travail et de créativité.

Cela passe par l'octroi de bureaux où les scénaristes peuvent parler, travailler, réfléchir ensemble sur l'ensemble du processus de l'histoire tout au long de la journée.

Ce processus est très éloigné du système français, car dans beaucoup de cas, les scénaristes doivent composer avec les exigences du cahier des charges et des types de séries qui sont commandées et se réunissent peu souvent pour parler.

Or, dans le cas de la Scandinavie, les scénaristes sont libres de leurs choix.

Les histoires que veulent les dirigeants des chaînes et les téléspectateurs ont souvent pour sujet des thèmes sociétés novateurs ou pris par un prisme très différents de ce que l'on peut voir dans d'autres pays ou dans d'autres séries.

Elles sont, de manière générale, et selon nos critères, progressistes et anticonformistes comparativement aux séries européennes ou américaines.

Par exemple, dans la série *BORGEN* la Première Ministre danoise a son mari qui s'occupe des tâches domestiques en même temps que son métier de professeur d'université.

Dans le même temps, l'histoire suit une journaliste qui veut et subit un avortement et des députées ou des femmes politiques portant le voile.

Ces éléments de l'histoire sont des arcs narratifs qu'on ne verrait pas en France pour des raisons de Laïcité, mais aussi pour des raisons culturelles.

Le fait de montrer des personnages ou des situations réelles, mais non-habituelles aux téléspectateurs, pourrait être mal perçu et provoquer des réactions négatives et néfastes pour la chaîne, les acteurs, ou les producteurs.

Quelques-unes de ces séries sont devenues des références en termes d'écritures ou de sujets. Elles sont tellement importantes qu'elles sont devenues des modèles et ont été adaptées ou ont inspiré beaucoup de séries.

Les sujets abordés sont très divers. Cela peut être la politique comme la série *BORGEN*, décrivant le quotidien de la politique, de la société ainsi que du parlement et du Premier ministre danois.

Cela peut être aussi des séries mettant en avant la culture de deux pays scandinaves comme dans *Bron* qui traitent d'un cas de meurtres sur la frontière de deux pays.

1.3.3. Faire de la qualité avec un coût peu élevé

Le budget de production est peu élevé dans le cadre de ce partenariat. Il s'élève à des coûts inférieurs à cinq millions d'euros par séries.

Ces sommes sont nettement inférieures aux coûts de production des séries en France, en Angleterre ou en Allemagne.

Dans les grands pays audiovisuels tels que la France ou l'Allemagne, l'investissement lié à la production s'élève à plusieurs millions d'euros.

Ils ont donc misé sur la qualité de la production, privilégiant la qualité artistique et des décors naturels et des effets spéciaux à petits budgets.

Ces éléments sont compris dans le cahier des charges. Celui-ci met en avant l'idée de qualité qui permet de fidéliser la population aux séries.

Cette démarche de qualité a pour objectif final de créer une attente auprès des téléspectateurs.

Cette émulation a fonctionné pour quasiment l'ensemble des projets financés par cette organisation.

Certaines séries ont eu un impact tellement important qu'elles pouvaient regrouper la moitié de la population devant le poste de télévision lors de leurs diffusions.

Les séries sont diffusées en simultanée dans l'ensemble des trois pays malgré les barrières de la langue.

Même si le suédois, le danois et le norvégien sont très proches, les séries bénéficient de sous-titres permettant une compréhension pour l'ensemble des populations.

Par cette méthode, la Scandinavie a permis de casser la barrière de la langue et la désacralisation des sous-titres pour les films ou les séries.

Cela permet de changer la perception des sous-titrages qui pouvaient être un frein à la consommation des séries étrangères.

Ces séries ont aussi permis, par leurs diffusions à l'étranger de changer la manière de consommer des pays ayant acquis les droits de diffusion de ces séries.

Beaucoup de pays rechignaient à mettre des sous-titres et préféraient acheter directement des séries en anglais ou faire des doublages.

Cependant, le doublage enlève une certaine authenticité et les erreurs de traduction peuvent nuire à la compréhension et à l'attrait de la série.

Aujourd'hui, il n'est plus rare de voir à la télévision des programmes disponibles en langues originales sous-titrées même pour des séries américaines sur les chaînes de la TNT (Télévision Numérique Terrestre).

Cette idée de qualité a permis à ces pays de se faire connaître et de transmettre leurs cultures à un grand nombre de pays dans le monde.

Elle permet aussi de donner une autre image de leurs sociétés en détruisant les clichés qui pouvaient leur être attribués.

De manière générale, la diffusion de ces séries a permis de créer un soft power auprès des autres pays.

En effet, certains de ces pays n'ont pas ou peu de capacité militaire, politique, diplomatique ou technologique pour avoir une influence importante dans le monde.

Cependant, par ce biais, ils peuvent se faire connaître et ainsi avoir une renommée et une reconnaissance mondiale permettant de créer une politique culturelle et/ou touristique plus importante.

Ces séries sont devenues tellement omniprésentes sur les écrans de télévision que des partenariats peuvent être faits entre différents pays européens. On peut prendre l'exemple de « Jour Polaire »¹⁰ qui est une coproduction franco suédoise mettant en avant la culture des deux pays.

Elles sont devenues tellement importantes que les spectateurs et les professionnels attendent aujourd'hui l'arrivée des nouvelles séries scandinaves avec impatience.

Ces trois modèles sont des modèles pour une refonte du modèle français.

Cependant, ces modèles correspondent à des modèles économiques et culturels qui sont propres aux pays qui les ont créés.

Avant de savoir quels éléments de ces pays peuvent être utilisés par les services publics français, nous devons voir l'état des lieux du service public français en matière de séries.

10 <https://www.telerama.fr/series-tv/jour-polaire-une-serie-arctique-eblouee-par-leila-bekhti,150319.php>

2. Le système français de création de séries audiovisuelles

Le système français de création de séries est, avant tout, basé sur le rôle important du service public tant par le financement que par la création de séries.

Le marché français, au vu de sa population et de sa culture, est un marché important pour les productions françaises et étrangères.

Concernant la diffusion de séries françaises originales, elles sont présentes sur l'ensemble des chaînes privées et publiques.

Mais comment les séries sont-elles créées ?

2.1. Le financement

En France, le financement se fait par plusieurs biais. Tous ces financements sont organisés et gérés par l'État qui centralise et légifère les règles et les investissements de la production de séries télévisées.

Celles-ci sont ensuite gérées par différentes administrations ou AAI (autorité administrative indépendante) tel que le CSA (Conseil Supérieur de l'Audiovisuel), le CNC (Centre National de la Cinématographie).

2.1.1. La redevance télévisuelle

Le système français de financement des séries télévisées se fait majoritairement par des fonds publics provenant de la redevance auprès des citoyens.

Cependant, depuis maintenant plusieurs années et après différentes augmentations, elle n'est plus suffisante pour financer correctement le service public et le financement audiovisuel.

Cette insuffisance est due à l'augmentation des coûts de production et à la baisse des appareils télévisuels dans les ménages français ainsi que de la crise économique depuis 2007. Cette dernière a engendré une refonte de l'administration et des services publics dans leur ensemble.

Elle provient également du nombre important de salariés au sein du groupe France Télévision et Radio France.

La recette de la redevance est répartie entre différentes administrations que sont le CNC, des administrations spécifiques dans ce domaine ainsi que France Télévision.

Le financement par le secteur privé est encore peu majoritaire sur la totalité des productions.

Sur l'ensemble des chaînes de télévision privées présentes sur le paysage audiovisuel français, peu de chaînes sont capables de financer des séries dans leur globalité.

Il est nécessaire d'avoir des chaînes de télévision avec des structures et une puissance économique et médiatique suffisante afin de pouvoir mettre en place le processus de production et de financement qui peut être long et contraignant pour des personnes novices dans ce domaine.

Même dans le cas où les chaînes sont capables de créer des séries sur leurs propres fonds elles peuvent bénéficier de remboursement ou de subventions prévues dans le cadre de la loi et du système français.

Dans le cas de la France, seuls les groupes TF1, M6 ET CANAL + ont les capacités pour le faire.

Le groupe TF1 et M6 créent plusieurs séries par an sur les différentes chaînes de leurs groupes.

Même si elles ont les capacités financières et médiatiques, ces groupes de télévisions doivent et devront faire appel aux aides et financement mis en place par l'État ou les collectivités afin de limiter les risques pour la chaîne en cas de non-succès de la série.

Dans le cas de canal +, la situation est différente de celle de TF1 et de M6.

Le financement des séries et de cette chaîne se fait par les abonnés, les recettes publicitaires, les actionnaires, des producteurs privés et par les résultats de la bourse.

De ce fait, cette chaîne a une liberté financière et créatrice plus libre et importante que d'autres chaînes privées ou publiques présentes sur le paysage français.

Ce groupe aura donc un besoin moins important des financements publics ou mis en place par l'État.

Dans ce travail, nous laisserons de côté OCS (Orange Cinéma Séries) et Arte qui sont des cas particuliers du fait de leurs statuts juridiques¹¹ et de leurs financements.

Tous ces éléments montrent que les producteurs privés sont peu nombreux sur l'ensemble du territoire français pour des raisons culturelles, mais aussi pour des raisons de difficultés de compréhensions du fonctionnement de cette industrie.

Cependant, ces acteurs pourraient être plus présents sur ce marché s'il avait connaissance des mesures fiscales leur permettant des réductions d'impôts pouvant s'effectuer dans le cas de financement de leur part dans la production de séries.

Au-delà du problème des acteurs privés, le financement peut se faire par d'autres moyens que la redevance télévisuelle.

2.1.2. Les autres types de revenus

Dans ce cas, l'État a un rôle important à jouer dans la création de série. Ils permettent aussi de mettre en place un environnement prolifique pour l'ensemble de l'industrie.

2.1.2.1. Les Crédits d'impôt

Le crédit d'impôt a été mis en place en 2004.

En 2013, le gouvernement du Président François HOLLANDE a approfondi ce procédé permettant des réductions d'impôts au tournage se faisant sur le territoire français. Cela permet de faire venir des productions étrangères sur le territoire, mais aussi de créer des coproductions entre les différents pays.

Ce crédit d'impôt est d'au moins de 30 % du montant total des dépenses sur le territoire français ou de la part de la coproduction française pour des productions nationales.

Ce procédé a permis de multiplier les tournages en France ces dernières années.

11 voire Partie II, 2.2.1

2.1.2.2. La Publicité

Il existe d'autres moyens pour financer des séries françaises. Le plus important est la publicité.

La publicité dans les séries, qui correspond à des placements de produits, est interdite en France.

De ce fait, l'achat par les marques de plages publicitaires durant les publicités au cours la diffusion des programmes est un des moyens de financer les séries.

Le problème qui se pose en France, est que cela valorise les séries des chaînes privées puisque la publicité est interdite sur les chaînes publiques depuis 2010 après 20 heures.

De plus, la politique de France Télévision est de ne pas couper ces programmes durant leur diffusion par la publicité.

Or, la publicité durant les programmes pouvait et peut permettre de compenser la perte liée à la baisse de revenus de la redevance télé.

De ce fait, le marché publicitaire est plus favorable aux chaînes de télévision privées qu'aux chaînes publiques.

2.1.2.3. Les produits dérivés et nouvelles méthodes

Le dernier moyen par lequel les chaînes de télévision peuvent gagner de l'argent est par la vente de produits dérivés et de dvd.

Cependant, ce moyen est de moins en moins rentable.

Depuis maintenant quelques années les dvd, avec l'essor des sites de téléchargements, sont en chute libre sur le marché français.

Cela a pour conséquence, une baisse de revenus pour les chaînes de télévision.

Les chaînes de télévision ont essayé d'endiguer cette spirale par l'intermédiaire de la SVOD. Cependant, l'arrivée de grandes plateformes présentes sur le Net a modifié le marché et a nui à ces solutions trouvées par les chaînes.

Figure 3 : Revenus SVOD suivant les pays en 2016 disponible à l'adresse

<https://www.nextinpact.com/news/106655-12-ans-svod-en-france-marche-et-strategie-plateformes-vus-par-csa.htm>

L'acquisition des droits de diffusion est aussi limitée à cause des différents modèles de consommation nouvellement utilisés.

Quant aux produits dérivés, cela ne fait pas vraiment partie de la culture française de construire tout un merchandising autour des séries télévisées hormis quelques très rares exceptions notamment autour des dessins animés.

2.1.2.4. Les autres partenaires publics

Les régions, les départements peuvent participer aux financements à la marge et peuvent mettre à disposition des éléments de leurs territoires.

Au vu de leurs compétences, ce type d'aide n'est pas illégale.

Cependant, ces aides sont peu importantes en comparaison au budget total d'une production.

Elles sont réparties en plusieurs domaines qui sont les films, les documentaires, l'animation et autres.

Dans le cas des régions, ce financement est différent suivant les régions et le budget annexé à l'audiovisuel étant choisi par les conseils régionaux, certaines collectivités aides plus que d'autres¹².

2.2. Les particularités françaises dans la création de séries

La France a des particularités en termes de production de séries que beaucoup d'autres pays européens n'ont pas.

Celles-ci empêchent, parfois, la création de s'épanouir et freinent ainsi la production de séries mises à la disposition du public.

2.2.1. Les problèmes d'organisation de l'administration

Une difficulté bien française vient se poser pour les acteurs privés voulant produire des séries, c'est la non-connaissance des administrations dans ce domaine et la non-communication entre celles-ci des compétences de chacune d'entre elles.

Les personnes néophytes voulant travailler ou investir dans les séries télés ne connaissent pas toujours les administrations auxquelles elles doivent s'adresser pour avoir des informations concernant leurs questionnements.

Cependant, la multiplicité des administrations rend difficile de savoir quelles sont les administrations qui s'occupent de telles ou telles prérogatives.

De ce fait, le mille-feuille administratif pose des problèmes de capacité temporelle et matérielle à la création de séries.

2.2.2. Le coût des séries

Une autre difficulté est présente sur la production française, c'est le coût de production des séries françaises.

Le coût de production varie d'un pays à l'autre au vu des moyens mis en place pour la production de série.

¹² <https://www.lagazettedescommunes.com/166294/les-collectivites-confortent-leur-role-financier/>

Dans le cas des pays scandinaves, ils ont peu de coûts à mettre à disposition des séries.

Dans le cas de la France, les coûts sont plus importants que dans nombre de pays européens à cause des accords de branches et du Code du travail qui est plus contraignant que dans d'autres pays.

Le coût du personnel participant à la création des séries est très important en France au vu des protections sociales et des conventions collectives notamment sur les coûts horaires liés à chaque profession ainsi que des coûts liés aux comédiens connus qui peuvent participer aux séries¹³.

Au vu de tout cela, nous voyons que le financement est fait majoritairement par des acteurs publics et qu'il est plus favorable aux chaînes privées qu'aux chaînes publiques.

L'ensemble du système reposant sur la redevance télévisuelle. Or, nous voyons depuis quelques années une diminution de celle-ci.

La question est de savoir comment on peut créer des séries en quantité et en qualité suffisante pour et par les services privés et publics audiovisuels afin de satisfaire les usagers alors que les coûts de production sont très élevés et que le financement manque ?

13 https://www.challenges.fr/media/audiovisuel/la-verite-sur-le-surcout-des-series-francaises_57248/

Nous avons vu différents modèles de création de séries en Europe.

Ces trois modèles représentent quatre conceptions de la production de séries suivant les cultures et les différences présentes sur le marché des séries.

Ces pays ont su innover ou modifier leurs manières de faire des séries afin de retrouver ou de trouver une place au sein du marché mondial des séries.

Pour certains d'entre eux, cela leur a permis d'améliorer ou de recréer un soft power au niveau européen et mondial.

La France pourrait utiliser certaines des réformes des services publics concernés afin d'améliorer le service audiovisuel français.

Cependant, depuis quelques années, l'arrivée des plateformes numériques a complètement bouleversé la structure du marché.

En plus de ce bouleversement, elles ont aussi changé la manière de consommer des téléspectateurs et le modèle économique des chaînes de télévision privées et publiques.

De ce fait, des adaptations ont dû ou doivent être créées dans l'urgence dans certains cas, dans le but de contrer ce bouleversement.

Afin de pouvoir contre-attaquer, les différents acteurs concernés doivent connaître la forme et l'ambition de cet « ennemi » avant de trouver des solutions pertinentes et viables pour le futur de ce marché.

PARTIE II

L'ARRIVÉE D'UN NOUVEL ACTEUR : NETFLIX

Le service public français, en plus des problèmes propres à son organisation, devra apporter ses changements en rapport avec les nouveaux modes de consommations que sont les plateformes audiovisuelles.

Au vu de l'importance de ces nouvelles plateformes, les solutions pour contrer ces nouveaux concurrents devront passer par le niveau européen et le niveau national ainsi que par une collaboration du secteur privé et secteur public tant au niveau interne que communautaire.

Différents moyens peuvent être envisagés.

Ce seront soit des créations ou des adaptations de modèles existants.

Cependant, cela devra se faire en accord avec la population tant sur la question du financement que de l'utilité de cette plateforme.

Ces moyens de contre-attaque devront être suffisants afin de pouvoir concurrencer et maîtriser les FAANG (Facebook, Amazon, Apple, Netflix, Google) et les autres plateformes de vidéos.

1. L'ARRIVÉE D'UN NOUVEL ACTEUR : NETFLIX

La création et la production de séries provenant de Netflix depuis le début des années 2010 ont permis à cette entreprise de devenir le leader mondial de la création et de la diffusion de séries sur Internet, mais aussi par rapport au marché traditionnel des chaînes de télévision du monde entier hors la République Populaire de Chine.

Comment peut-on expliquer cette progression fulgurante ?

1.1. L'apparition d'une nouvelle entité dans l'industrie : Netflix

Afin de comprendre ce modèle, il faut comprendre comment cette entreprise s'est créée et développée depuis maintenant plusieurs décennies.

1.1.1. Le contexte de cette apparition

Depuis maintenant une vingtaine d'années, le mode de vie des populations du monde entier a profondément changé avec l'essor des nouvelles technologies de l'information et de la communication.

La rapidité par laquelle les fichiers et les communications se diffusent, permet aux usagers d'accéder rapidement à de nombreux documents et œuvres d'art directement sur ordinateur ou smartphone.

Cette accessibilité facile et rapide de ces produits culturels a bouleversé les modèles traditionnels des chronologies des médias et de la vie d'une œuvre qu'elle soit visuelle ou littéraire.

Elle a pris de court les États et organismes supranationaux pour la réglementation de ces flux et informations provenant de ces nouveaux médias et outils.

La non-réglementation ou la non-adaptation des organes régulateurs a permis l'essor de dérives dans de nombreux domaines du web.

Durant cette même période et en parallèle, le Web est devenu un lieu où toutes les œuvres d'art audiovisuelles et littéraires sont devenues accessibles par tous et pour tous par l'intermédiaire du piratage illégal et légal des œuvres.

Dans le même temps, les chaînes de télévision du monde entier ont vu leurs séries être diffusées dans de nombreux pays avec une diminution de temps d'attente pour les téléspectateurs entre deux saisons passant de 6 mois à 24h après la première diffusion de l'épisode dans le pays d'origine de la série.

Ils peuvent être visionnés de manière légale, via des plateformes, des sites Internet, par les services des box Internet comme OCS ou de manière illégale par streaming ou piratage.

Constatant cette diminution temporelle constante, les professionnels du secteur et les différents gouvernements ont essayé de mettre en place des négociations afin de réduire ce temps de diffusion, dans le but de garder les revenus publicitaires, et de renégocier les droits d'auteur que constitue l'exploitation de ces œuvres.

Dans un premier temps, les gouvernements voulaient mettre en place, selon les politiques présidentielles, cette chronologie des médias pour les films et les séries.

Cependant, ayant eu des pressions des lobbies de ce milieu, les gouvernements ont voulu laisser faire les professionnels afin qu'ils puissent trouver une solution entre eux à ce problème.

Des difficultés sont apparues dans les discussions et celles-ci n'ont abouti qu'à des réformes à minima pour la durée de validation de la chronologie d'exploitation des œuvres cinématographiques.

Figure 4 : chronologie de l'exploitation d'un film disponible à l'adresse <https://www.france24.com/fr/20170528-laffaire-netflix-a-cannes-a-fait-ressortir-vilains-defauts-cinema-francais>

La dernière négociation date de septembre 2018 pour la France, n'ayant pas réussi à aboutir à un accord entre eux, le dossier est repris par le gouvernement.

Celui-ci devra trouver une solution et imposer sa décision sur les professionnels nationaux et les internationaux qui diffusent ou produisent sur le territoire français.

L'avantage, que pourrait importer le gouvernement à celui des professionnels, serait de se mettre dans la continuité des règlements européens ou d'impulser ce dossier au niveau européen.

Cette chronologie des médias est plus importante et plus ancienne pour le cinéma que pour les séries.

Cependant, avec cette évolution des communications, les séries sont aussi impactées que les films par cette chronologie.

Cette dernière est différente, mais les conclusions sont similaires.

L'explication de cette diminution temporelle est due à l'effet de la technologie, mais aussi à cause du changement de comportement de la part des consommateurs. Ceux-ci ont pris l'habitude de satisfaire leurs désirs ou leurs volontés rapidement par l'intermédiaire des nouvelles technologies.

L'essor des différents écrans disponibles (ordinateur, téléphone portable, tablette numérique) permet aux consommateurs d'avoir accès à ces produits sur différents écrans à n'importe quel moment de la journée et dans n'importe quel lieu.

Les industries des séries en Europe et sur certains continents n'ont pas pris conscience des changements importants que produisent ces outils. Or, ces industries ont été obligées de se transformer à cause d'un nouvel acteur qui a bouleversé le monde de l'industrie des séries et du cinéma dans le monde entier tant au niveau de l'économie, de

l'artistique que de la politique culturelle et du droit de la propriété artistique en jouant avec ces nouveaux codes numériques présents dans nos sociétés.

Ce nouvel acteur s'est engouffré dans cette nouvelle technologie dans un but de survie.

1.1.2. L'histoire de Netflix

Netflix est une entreprise créée en 1999 de service de location de vidéos à domicile.

Au milieu des années 2000 avec l'arrivée et l'émergence des nouvelles technologies qui a permis l'essor du streaming en ligne, la société, se sachant dans les prochaines années en difficulté, a changé son modèle économique afin de pouvoir continuer d'exister.

Elle a commencé à racheter les droits de séries anciennes et créer une plateforme de vidéos à la demande afin que les usagers paient un droit d'entrer sur le site pour pouvoir visionner celles-ci.

En parallèle, les sites de visionnage et de téléchargements illégaux ont été la cible des différentes politiques de protection de l'industrie cinématographique et des séries par l'intermédiaire des lobbies auprès des États¹⁴.

Très vite, la plateforme de séries a acquis des droits de séries venant d'être diffusées sur le sol américain par les grandes Network.

De ce fait, elle a remplacé les sites illégaux en rachetant les droits de diffusion ou d'exploitation à bas prix.

En les rachetant et en les regroupant sur le même site, Netflix permet au consommateur d'éviter de chercher des produits et de payer un coût important pour l'achat des DVD ou de sanctions liées aux téléchargements illégaux suivant les législations au sein des différents pays¹⁵.

Aujourd'hui, le catalogue de séries qui est proposé par celle-ci est de plus en plus important sur la plateforme en globalité et par marchés nationaux ou continentaux.

Dans le même temps, elle participe à la création de séries et l'adaptation de séries par l'intermédiaire de coproduction avec les grandes Network et de prêt de son nom pour des séries étrangères.

Peu de temps après, elle décide de créer des séries en tant que productrice.

Ces séries sont diffusées exclusivement sur Netflix et sont disponibles en DVD pour certains suivants les pays.

Cependant, très vite, cette entreprise a voulu s'affirmer dans le monde entier sur le marché des séries.

Pour y parvenir, elle va mettre en place la même méthode qu'aux États-Unis. Ce qui signifie mettre en place des abonnements adaptés pour le territoire visé, racheter des droits de séries, faire des prêts de son nom, créer des coproductions ou des productions sur le territoire visé.

Dans leur volonté de conquête du marché international, elle n'a pas réfléchi aux difficultés liées aux différentes législations sur le territoire en dehors de celles qui sont présentes aux États-Unis.

Cela est particulièrement le cas en Europe et plus particulièrement en France.

Le cas de la France est particulièrement parlant pour expliquer cette méconnaissance des différents marchés à conquérir par cette entreprise.

14 https://www.francetvinfo.fr/culture/la-fermeture-de-megaupload-en-trois-questions_52829.html

15 <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F32108>

Dans son cas, la diffusion en streaming sur les plateformes légales ou à la télévision de séries ou de films après leur première diffusion peut varier entre 12 et 36 mois suivant la chronologie concernée¹⁶.

Or, la plateforme ne peut se permettre d'attendre aussi longtemps pour pouvoir diffuser ces programmes.

Il en va de même pour la production.

La France a des règles précises en termes de production avec des mises en concurrence et des règles de coûts de production plus importantes et contraignantes que dans d'autres pays.

Néanmoins, Elle reste un marché important en termes de consommateurs et en termes de culture.

De ce fait, Netflix a pris conscience qu'il devait comprendre les modèles de législations pour pouvoir agrandir le catalogue qui doit être présenté au public qu'elle vise.

Après avoir vu les origines de la société Netflix, son adaptation aux différents marchés internationaux et aux diverses législations, il faut comprendre comment fonctionne le modèle économique de Netflix.

1.1.1. Le modèle économique

À partir du moment où Netflix a décidé d'investir dans la création, elle a dû emprunter massivement auprès des acteurs financiers, car l'entreprise n'était pas en mesure de financer ou de produire par ses propres moyens une ou plusieurs séries.

Ce financement a servi dans un premier temps à investir dans deux séries dont « House Of Cards » qui est devenu une référence autant pour la marque Netflix que pour les spectateurs, et les critiques.

La seule série « House of Cards » a coûté près de cent millions de dollars pour sa première saison.

Or, la société prenait un risque puisque son modèle économique de location de vidéos commençait à ne plus fonctionner et elle n'avait jamais produit de séries avant celle-ci.

À partir de ce succès, l'entreprise décide d'investir soit dans des projets en coproduction soit dans des projets qu'elle crée elle-même.

Les projets qui sont envisagés sont des projets qui permettent de toucher à large public.

Ils peuvent être originaux ou des « reboots » d'anciennes séries qui sont connues et aimées par les usagers.

Dans le cas de programmes originaux, cela peut être des projets qui sont présents depuis très longtemps chez les scénaristes ou proposés pour la première fois auprès de la plateforme ou des projets avec des références culturelles permettant de réunir aussi bien des jeunes que des personnes adultes.

La décision de choisir tel ou tel projet intervient après l'étude de marché et d'algorithmes qui étudie les films et séries visionnés par les consommateurs de Netflix.

Ce choix est donc purement mercantile et dicté par les nouvelles technologies. Il n'est, en aucun cas, artistique.

De ce fait, si une série n'est pas assez visionnée d'après l'algorithme qui contrôle le nombre de vues dans son ensemble, elle sera très probablement arrêtée au bout de la première ou deuxième saison.

16 Cf Partie II, 1.1.1 Le contexte de cette apparition

Inversement, si une série a été extrêmement visionnée, bien qu'elle ne soit pas une série de Netflix, mais seulement visible sur celle-ci, l'entreprise va créer une nouvelle saison en rachetant les droits afin de créer une nouvelle version ou en faisant une coproduction avec la chaîne ou les producteurs d'origine qu'ils soient Américains ou autres.

Cela a été le cas pour la série espagnole *La Casa Del Papel* qui a été arrêtée en Espagne et dont la troisième saison est produite et va être diffusée sur Netflix.

La situation est à peu près identique pour les « reboots » de séries.

Les études faites par les algorithmes montrent les séries qui sont les plus regardées et les plus populaires auprès du public.

À partir de ce postulat, des séries vont être financées afin de fidéliser de nouveaux consommateurs.

Lorsqu'on voit le modèle économique de Netflix, on voit bien que l'artistique est au second plan des critères des dirigeants.

Pour eux, il considère l'artistique comme étant un moyen permettant la promotion de la marque et un moyen de montrer la puissance financière et commerciale de l'entreprise.

C'est dans cette optique mercantile et de prise de part de marché que Netflix envisage l'utilisation d'artistes, de thèmes, ou de genres pour les séries permettant d'attirer un maximum de nouveaux clients.

Dans le cas de la série « *The Crown* », décrivant l'histoire de la reine Elizabeth II sur plusieurs décennies, ils ont engagé un grand scénariste de séries anglaises et reconstruit et créé des décors et costumes d'époque.

Cependant, au vu de l'importance artistique de cette série ainsi que plusieurs autres séries dont « *The Get Down* » qui est composé de shows dansants extrêmement coûteux et avec des procédés de montage propres à ce type d'exercices, les coûts de production artistiques ont augmenté fortement du prix initialement prévu.

Or, les dirigeants n'avaient pas compris ni réalisé que le coût serait si onéreux.

Étant de pur gestionnaire, ils ne comprennent pas les impératifs et les difficultés à mettre en place et construire une œuvre artistique que cela soit au niveau des répétitions ou du temps d'apprentissage des chorégraphies, le temps de recherche pour les costumes et d'autres éléments permettant de rendre la production plus aboutie et de grande qualité.

De plus, la plateforme produit à peu près dans les cinquante saisons de séries par an entre les productions et les coproductions.

De ce fait, elle doit emprunter massivement tout en réinvestissant les bénéfices réalisés par les exercices antérieurs.

C'est justement sur le point de l'investissement que l'on peut voir la fragilité de Netflix.

En effet, afin de pouvoir continuer à exister et à grandir, elle doit toujours investir de plus en plus dans des séries qui rassembleront le plus de consommateurs possible, d'après les algorithmes, et continuer d'avoir suffisamment de ressources financières pour rembourser les emprunts faits.

Dans le même temps, si elle veut pouvoir durer dans le temps et fidéliser sur le long terme, elle devra faire des séries avec de la qualité artistique et intellectuelle de plus en plus importante afin d'être pris au sérieux par les différentes industries du monde et plus particulièrement par les industries européennes et par les publics réticents à son fonctionnement.

La question est de savoir si la quantité va suivre la qualité sur le long terme ?

Un deuxième point de fragilité va apparaître dans les prochains mois pour Netflix.

Le groupe Disney va prochainement ouvrir sa plateforme de vidéo à la demande.

Elle dispose, sans avoir lancé de nouveau projet, d'un catalogue important composés de ces différentes créations antérieures, et de ces récents rachats de maisons de productions ou de Networks.

En effet, en plus de son catalogue de l'ensemble des dessins animés et des films du groupe Disney et des entreprises qu'elle a racheté comme Pixar, elle vient d'acquérir la Network Fox, le groupe Marvel, la marque Star Wars¹⁷ et des actions de la plateforme HULU par l'intermédiaire de ces achats¹⁸ qui lui permet d'avoir la plus grande part des actions de la plateforme.

De ce fait, Disney a arrêté les contrats avec Netflix¹⁹ et repris les droits des séries Marvel, principalement, présents sur Netflix concernant Marvel.

Par conséquent, Netflix va voir son catalogue diminuer de manière important.

Marvel représentait pour la plateforme quatre séries d'une dizaine de saisons et les vingt et un film de l'univers Marvel qui sont de grands succès dans leurs domaines respectifs.

La plateforme devra donc mettre en place une stratégie compense la perte de ces marques.

Ces deux fragilités n'ont, pour l'instant, pas empêché Netflix de rester leader des plateformes SVOD

Cependant, quelques-uns des derniers rapports d'activité, donc celui du premier semestre 2018, montrent un ralentissement des revenus de Netflix dans le monde et plus particulièrement le marché américain.

Pour compenser ses changements, la stratégie, menée ces derniers mois et ces dernières années, est de conquérir le monde et, principalement, le marché européen.

Or, le nombre d'abonnés sur ces marchés, plus particulièrement européens, n'était pas aussi important que prévu par les prévisions faites antérieurement.

Néanmoins, on ne peut faire de conclusions claires de la santé de Netflix, car la société ne parle et ne diffuse que peu d'information sur ses bilans et ses clients.

Dans toutes les hypothèses sur le diagnostic sur sa santé, les dirigeants comptent sur un nouveau marché qui leur semble plus porteur en termes de potentiels clients : l'Inde et l'Asie en excluant la Chine.

Mais, là aussi la réussite a certes, plus de chance de réussir au vu du nombre d'habitants sur ce territoire, mais cela n'est pas forcément assuré au vu des conditions économiques, sociales et politiques présentes en ce moment dans le monde à cause de la guerre commerciale auquel se livrent les États-Unis et le reste du monde.

La politique de guerre commerciale instituée par le président des États-Unis, Donald TRUMP envers les autres pays menace directement les entreprises américaines internationales.

17 https://www.lemonde.fr/economie/article/2019/04/12/disney-devoile-les-detaills-de-sa-plateforme-de-streaming-concurrente-de-netflix_5449063_3234.html

18 <https://www.premiere.fr/Series/News-Series/Disney-prend-le-controle-de-Hulu-et-aura-donc-deux-plateformes-de-streaming>

19 <https://www.forbes.com/sites/paultassi/2019/06/20/jessica-jones-season-3-ends-netflixs-marvel-universe-on-a-down-note/>

De plus, les pays visés par Netflix sont des pays qui ont une population majoritairement pauvre avec des mouvements sociaux de tous types très importants et qui sont de plus en plus récurrents ces derniers mois ou années²⁰.

Au vu de tout cela, on peut voir que les économies mondiales sont aujourd'hui totalement imbriquées les unes aux autres.

Si une de celles-ci est affaiblie ou est attaquée pour une raison politique ou autres alors l'impact se fait sur l'ensemble des deux économies concernées voir au niveau mondial.

C'est le cas pour les mauvais résultats d'APPLE ses derniers trimestres qui ont fait frémir les Bourses du monde entier.

La situation est identique si on parle des économies des États.

La dette publique des États fut l'une des causes de la crise de 2008 avec le danger que faisait peser la dette grecque sur l'économie européenne et mondiale.

Or, si une économie plonge, on peut supposer que le nombre d'abonnés va baisser ou stagner dans les pays concernés.

De ce fait, Netflix va devoir comprendre les changements de politiques, culturels et sociaux à chaque élection et des phénomènes économiques qui pourraient l'atteindre pour comprendre comment il devra se comporter sur les marchés régionaux ou nationaux.

Avant d'envisager l'impact de l'arrivée de Netflix sur le sol indien, il faut admettre que Netflix a chamboulé le monde audiovisuel et la consommation de la population tant au niveau américain que mondial.

Mais comment ce chamboulement se traduit-il dans la réalité ?

1.1. Le chamboulement du marché

L'arrivée et le succès de Netflix ont profondément chamboulé et fait exploser le marché des séries tant au niveau américain qu'international.

Cela a renversé aussi le modèle de consommation des consommateurs et le monde des professionnels sur la consommation et les constructions des séries sur l'ensemble des continents.

1.1.1. L'impact sur les usagers et sur les professionnels des séries

Cette arrivée imprévue d'un nouveau concurrent sur le marché a profondément perturbé le marché et les acteurs de celui-ci.

Comment ces acteurs ont-elles réagi à l'arrivée de ce nouveau concurrent sur le marché ?

Et comment, aujourd'hui, ces protagonistes et ce marché interagissent avec cette nouvelle entité ?

20 <https://www.lesechos.fr/2017/12/asia-emergente-de-plus-en-plus-dinegalites-188515> et <http://www.rfi.fr/asia-pacifique/20180415-inde-nouvelles-manifestations-apres-viols-deux-jeunes-filles-mineures>

1.1.1.1. Les professionnels furent entre mépris et incompréhension

Lors de l'arrivée de Netflix sur le marché américain, les professionnels des Networks ont méprisé ce nouvel arrivant.

Ils l'ont utilisé afin de gagner de l'argent grâce aux rediffusions des séries sur leur réseau.

Cependant, à partir du moment où Netflix a commencé à produire ou à coproduire des séries, les choses ont évolué.

Ce succès a permis à Netflix de prendre l'ascendant sur les Networks et à leur prendre des téléspectateurs.

Les spectateurs au fur et à mesure du temps, ont délaissé de plus en plus les écrans de télévisions pour regarder sur des multiples écrans des produits qui sont formatés pour eux.

Progressivement, Netflix a su trouver une place de leader parmi les grands Networks même si ces entreprises ne fonctionnent pas de manière identique et n'ont pas du tout la même identité entrepreneuriale.

Aujourd'hui, Netflix veut avoir un maximum d'impacts auprès des professionnels du cinéma comme avec *Roma* film d'Alfonso CUARON qui a reçu le Lion d'Or à la Mostra de VENISE et plusieurs nominations aux Oscars.

Dans le même temps, elle crée de plus en plus de produits dans des domaines de l'animation, des one man shows et des concerts (*Broadway with SPRINGSTENN*).

Tout cela est fait dans le but d'avoir une plus grande audience et communication afin d'asseoir son pouvoir et être respecté par les autres acteurs de chaque secteur concernés par ses productions.

Toute cette politique est faite dans le but de répondre à la demande du public qui cherche à rationaliser de plus en plus ses besoins et ses envies autour d'une seule et même identité.

Concernant les politiques des concurrents de Netflix, ils sont de deux sortes : la concurrence ou le refus de celui-ci sur les marchés concernés.

Dans le cadre du cinéma, par exemple, des voix se lèvent pour que Netflix se plie aux règles mises en place dans ce secteur sous forme de boycott.

Certains festivals ou réalisateurs refusent de voir les films Netflix en compétition pour le Festival de Cannes ou pour les Oscars, car il diffuse leurs films que dans le quota minima pour être placé dans ces compétitions.

Dans le cas des séries, l'important est de concurrencer Netflix sur ses terres.

C'est le cas de Disney ou des pays européens avec le choix de créer des plateformes similaires à Netflix²¹.

1.1.1.2. L'impact sur la population

La rationalisation mise en place par Netflix, grâce aux algorithmes, permet aux spectateurs de ne plus chercher ce qui pourrait leur plaire pendant des heures et pouvoir accéder de manière rapide et centralisé aux contenus qui leurs sont indiqués.

Ce contenu leur sera mis à disposition sur différents supports pendant une période donnée en contrepartie d'un abonnement par mois.

21 CF Partie II, 2.2

L'ensemble de ce contenu peut être visualisé et recommandé par les usagers à leur entourage grâce à un partage de compte ou des recommandations par l'intermédiaire de réductions de forfait par mois.

Cette politique de partage des comptes est aujourd'hui à nuancer puisque l'entreprise envisage d'arrêter ce partage de comptes ²².

En effet, elle pense que le partage des comptes leur fait perdre des abonnés. Par conséquent, elle a décidé d'annuler cette procédure.

Néanmoins, cette méthode a permis de montrer l'intelligence de Netflix dans sa communication pour se faire connaître.

En permettant le partage de compte elle pouvait potentiel faire connaître ses produits à plus de personnes.

Elle va même plus loin que ce partage et l'utilisation d'algorithmes.

Cela se traduit par deux points extrêmement importants : le coût de l'abonnement et le blocage.

Concernant le premier point, Netflix fait des variations du prix de l'abonnement suivant si on est parrain de proches qui s'abonnent.

Ce n'est pas la seule pratique tarifaire exploitée par l'entreprise.

Elle met aussi des tarifs d'abonnements différents suivants les pays.

Si on prend par exemple le cas de l'Espagne ou de la France, les habitants de ces pays paient plus cher pour le contenu Netflix que des Américains.

Dans les faits, même si le coût est sensiblement le même pour un abonnement basique, le contenu, que peuvent prétendre voir les clients, est très différent.

Le contenu du Netflix américain est plus important que le Netflix français et espagnol.

Figure 5 : nombre de produits disponibles suivant le pays disponible à l'adresse
<https://fr.statista.com/infographie/11504/les-catalogues-netflix-a-travers-le-monde/>

22 https://www.lepoint.fr/pop-culture/series/Netflix-amazon-et-hulu-vers-la-fin-du-partage-du-compte-entre-amis-14-01-2019-2285612_2957.php

Cette variation est due, selon eux, aux coûts liés aux règles nationales.

En clair, plus il y a d'impôts ou plus les coûts liés aux droits sont importants, plus le contenu disponible dans ces pays est rare et par conséquent l'offre est moins importante.

La troisième méthode utilisée pour différencier le prix a été de bloquer, jusqu'à récemment, géographiquement l'accessibilité des utilisateurs de leurs comptes dans les autres pays du monde et plus particulièrement en Europe.

Dans les faits, cela consistait lorsqu'un utilisateur français ayant un abonnement se trouve dans un autre pays que celui où il a contracté l'abonnement, par exemple la Pologne, où il ne pouvait avoir accès à son compte lors de séjour temporaire.

Cette faille permet à Netflix de pouvoir avoir, potentiellement, plus de clients au niveau européen grâce à ces règles présentes sur le contenu s'il y a des personnes qui s'abonnent deux fois pour avoir accès sur l'ensemble du territoire européen.

Cette particularité vient des lois européennes de chaque pays.

Chaque pays passait un accord avec les plateformes pour permettre à la plateforme de diffuser le contenu dans le pays puisqu'il n'existait pas de règle européenne dans ce domaine.

Néanmoins, depuis juin 2017, le Parlement Européen a voté l'arrêt de ces frais d'itinérance au sein de l'Union Européenne.

Cette modification a été faite après la pression de la population jeune et de la population voyageant beaucoup.

Ces exemples montrent bien l'évolution des États vis-à-vis de ces plateformes tant au niveau du coût que de l'accessibilité.

Ces plateformes ont su avec le temps manipuler les règles nationales à leurs avantages.

De manière générale, Netflix a profondément changé les modes de vie et le marché des séries en très peu de temps.

Il y a à peine quelques années qui séparent la première série diffusée et produite par Netflix et l'année 2019 et pourtant le mode de consommation des séries a profondément changé.

Ce changement a complètement déséquilibré le marché.

Celui-ci a provoqué un monopole apparent de Netflix sur le marché des séries en streaming fait par les plateformes numériques.

L'arrivée de cette plateforme n'a pas provoqué des changements que dans le monde américain. Il a aussi provoqué des changements sur les autres continents et notamment sur le marché européen.

Celui-ci doit s'adapter à ce nouvel arrivant et son système économique et de financement à l'opposé de sa culture, de sa philosophie ainsi que du fonctionnement de son industrie.

1.1.1. Le monopole de Netflix et les répercussions sur le marché européen

Cette entité est aujourd'hui incontournable sur le marché des séries. Mais quel est son comportement vis-à-vis de la concurrence.

1.1.1.1. Netflix, a-t-il un véritable monopole comme les autres membres du FAANG (Facebook, Amazon, Apple, Netflix, Google) dans leurs domaines ?

Depuis son arrivée sur le marché du streaming en 2008, Netflix a acquis un monopole dans ce domaine.

En est-il de même aujourd'hui ?

Après la venue de celui-ci sur Internet en tant que plateforme, quelques-unes des grandes entreprises du net ont vu le potentiel et ont tenté de concurrencer Netflix dans ce domaine.

C'est le cas d'Amazon, Google et Apple.

Elles ont commencé à produire ou envisager les projets, depuis maintenant 6 ans, de diverses séries et de films américains et européens.

Cependant, elles n'ont pas la même renommée et ni les mêmes investissements pour rivaliser avec Netflix.

De plus, elles n'ont pas cette culture de la vidéo et du streaming qu'à Netflix.

La grande différence entre elle et ses nouveaux concurrents est que les nouveaux acteurs se sont construits sur une économie basée sur des services d'achats ou de produits technologiques.

Or, elles investissent dans ce domaine uniquement parce qu'il est porteur et que cette politique culturelle permet une meilleure visibilité de leur marque auprès d'un plus large public.

Malgré cette politique, les entreprises ont peu d'impact sur ce marché. Netflix a les trois quarts des parts du marché et par conséquent, il ne reste que les miettes pour les nouveaux arrivants.

Il faut ajouter que le volume de séries produites par ces nouveaux arrivants est nettement inférieur à celui de Netflix.

Figure 6 : évolution du budget de production entre Netflix et Amazon disponible à l'adresse https://fr.statista.com/infographie/8904/netflix-vs-amazon-_-qui-est-le-roi-du-streaming-video/

Alors que Netflix produit ou coproduit une cinquantaine de séries par an, chacun de ses concurrents n'en produit qu'une dizaine.

Par conséquent, dans les faits, Netflix a un monopole sur ce marché.

Mais, que pense donc Netflix de cette situation ?

Elle ne le vit pas forcément très bien pour diverses raisons.

Dans un premier temps, la situation de monopole n'est pas forcément avantageuse dans la situation où elle se trouve financièrement.

S'étant beaucoup endettée pour financer ces projets, la situation de monopole lui est favorable à court terme.

Cependant, sur le long terme, la saturation des consommateurs avec l'arrivée prochaine de nombreuses plateformes SVOD donc Disney peut lui être fatale.

De plus, cette croissance est, certes, exponentielle dans le monde, mais elle est arrivée à maturité sur le marché américain et bientôt sur le marché européen.

Le marché asiatique pourra lui être bénéfique au vu de son nombre d'habitants.

Cependant, la non-permission d'accéder au marché chinois pourrait poser problème pour sa survie dans les prochaines années.

Figure 7 : évolution du nombre d'abonnés de Netflix à l'international et aux États-Unis disponible à l'adresse <https://www.latribune.fr/technos-medias/avec-toujours-plus-d-abonnes-netflix-developpe-les-series-etrangeres-775629.html>

Dans le même temps, afin de conserver les clients, elle doit toujours renouveler son offre de films, séries anciennes et récentes.

Or, les ayant droits pourront négocier de plus en plus à leurs avantages en contraignant Netflix à payer davantage pour acquérir les droits de diffusion.

De ce fait, elle devra s'endetter encore plus rendant la limite de plus en plus poreuse entre la faillite et la réussite et devra s'adapter aux règles des pays ainsi que celle du marché qui va, progressivement, devenir concurrentiel. .

Cette limite est comprise et admise par les dirigeants de la société. Mais, elle n'en fait pas l'étalage dans sa communication.

Pour elle, l'important est le nombre de clients qu'elle acquiert sur chaque marché et le bénéfice qu'elle peut en tirer afin de garder un équilibre dans ses finances.

Et concernant la concurrence, elle considère qu'elle en a une par l'intermédiaire des autres entreprises du web et par l'intermédiaire des grandes Network câblées telles que HBO qui produit des séries à succès et qui a un modèle économique similaire, mais adapté à la télévision câblée.

Même si ce dernier produit des séries à succès, elle n'a pas le même volume de séries disponibles pour les usagers de la chaîne que sur Netflix.

Cependant, ce contexte va changer dans les prochains mois avec l'arrivée de Disney qui va être le premier concurrent sérieux de Netflix sur ce marché et le rachat de HBO par AT&T²³.

Cette situation de monopole de Netflix n'a été visible que sur le marché américain au début des plateformes SVOD. En effet, ces entreprises sont principalement basées sur l'ère économique nord-américaine avec une production adaptée à cette clientèle.

Elle a ciblé au départ des clients de cette aire géographique.

La question est de savoir comment, Netflix, s'est-il comporté sur le marché européen ?

1.1.1.2. L'Europe, l'incompréhension et le déni à l'arrivée de Netflix.

L'arrivée de Netflix en Europe et en France a été programmée sur le long terme en adaptant les besoins et leur programme à la clientèle visée.

Elle rachète les programmes qui sont susceptibles, après étude de marché, de plaire à ses potentiels utilisateurs.

Il en va de même pour la création de séries européennes.

Les chaînes de télévision européennes n'avaient pas pris conscience de l'importance et de l'impact que Netflix allait avoir sur le marché audiovisuel en Europe.

Elles n'ont pas pris au sérieux ce nouvel arrivant lors de sa création et de son implantation.

Mais, au fur et à mesure du temps, Netflix a pris de l'importance que cela soit en termes de production ou en termes de rediffusion des programmes que les chaînes européennes avaient elles-mêmes créées.

Ce processus européen d'implantation de l'entreprise a été mis en place de la même manière qu'aux États-Unis.

Elle a racheté les droits de diffusion des séries ayant une popularité importante en Europe et dans chaque pays, avant de créer des productions européennes ou des coproductions avec les Européens.

Les producteurs et les propriétaires ayant compris cela, ils ont décidé pour certains de renégocier avec Netflix ou tout simplement récupérer ou arrêter le prêt ou le contrat les liant à Netflix ou à d'autres FAANG.

La présidente de France Télévision a ainsi décidé que les programmes du groupe ne seraient plus diffusés sur YouTube, appartenant à Google, et que le groupe arrêterait de partager ses programmes sur les plateformes SVOD, en dehors des leurs, à partir de la fin d'année 2019.

Dans cette continuité, si les chaînes européennes peuvent rivaliser en termes de qualité de séries avec les programmes américains de manière générale, il y a un domaine dans lequel elles ne peuvent rivaliser, c'est l'investissement dans les séries.

La plupart des pays européens créent des séries par l'intermédiaire des services publics.

Or, depuis quelques années, la baisse des redevances télévisuelles dues, en partie, à la baisse de possession de téléviseurs par les citoyens fait baisser l'investissement en matière de séries.

23 http://www.allocine.fr/article/fichearticle_gen_carticle=18682818.html

De plus, l'investissement privé, qui est peu développé, et les conséquences de la crise économique étant toujours présentes au niveau du continent, font que la production de séries est peu nombreuses sur le continent européen.

Enfin, l'utilisation de plus en plus massive des sites de streaming illégaux et de plateformes vidéo a profondément bouleversé la consommation et le mode de vie de la population.

A toutes ces problématiques, les chaînes ont dû s'adapter rapidement.

Certaines de ces questions à ces changements ont eu des réponses plus faciles à trouver que d'autres.

C'est le cas par exemple des replays qui permettent de rendre accessibles les programmes des chaînes disponibles sur la télévision juste après leur diffusion.

Il en va de même pour la location de séries ou de films avec les services de SVOD qui permettent aux usagers de louer les films et les séries très peu de temps après leurs sorties au cinéma ou à la télévision.

Dans certains cas, certains services publics ont même adapté des chaînes suivant les publics visés.

C'est le cas de la BBC qui a programmé la BBC 3, qui est destinée à une population de 18-35 ans, uniquement sur Internet et de manière gratuite²⁴.

Cette solution a été mise en place pour répondre aux besoins de la population, mais aussi pour faire des économies aux services publics en limitant les coûts.

Celle-ci a été envisagée par la nouvelle direction de France Télévision à cause des mêmes problématiques qu'à rencontrer la BBC afin de combattre l'impact de cette entité.

Mais cela n'a pas été confirmé par les faits.

Dans la même dynamique, la BBC a bloqué son site Internet de replay et de diffusion en direct en dehors de son territoire.

Elle a créé ce système afin de limiter le téléchargement et la diffusion de ces programmes en dehors des zones britannique.

Ces mesures pourraient permettre de limiter l'impact des changements de la télévision à courts termes, mais qu'en est-il de l'impact de Netflix sur le long terme ?

L'impact de l'arrivée de Netflix a été tellement important et brutal pour l'ensemble du marché nord-américain et du marché mondial que les acteurs traditionnels n'ont pas pris conscience du changement rapide qui se produisait sur l'ensemble du marché et de la société.

Pour pallier ce changement ainsi que les autres causes du déclin des chaînes de télévision traditionnelles, comme la crise économique, ou de la digitalisation de la société, les acteurs de la création de séries télévisuelles doivent réadapter leurs comportements et leurs financements afin de pouvoir continuer de produire.

Cependant, la solution face à Netflix n'a pas encore été trouvée pour des raisons de non prise de conscience de l'impact de ce changement, ou de dettes publiques importantes dans la plupart des pays européens ou bien encore d'une vision politique différentes entre entreprises ou pays.

Une autre raison de cette difficulté de changement vient de la taille des marchés nationaux des pays européens.

24 Cf : Partie I, 1.1.2.2. La création et la diffusion de série la BBC

Les services publics individuels et les marchés des séries de chaque pays sont parfois trop petits ou trop peu concurrentiels, au vu de leurs financements, pour combattre ce géant qu'est Netflix.

Aux États-Unis, des solutions ont été trouvées pour combattre Netflix.

Du côté des Networks, HBO, chaîne câblée diffusant les séries *Games of Thrones* ou *les Sopranos* a été rachetée par l'entreprise AT&T, qui est une entreprise de téléphonie qui veut diversifier son économie en investissant dans la transformation de HBO en une Network câblée.

Cette entreprise a racheté HBO en 2018 et voudrait dans les prochaines années concurrencer Netflix sur son terrain en transformant la chaîne nouvellement acquise en plateforme SVOD sur Internet.

Ce rachat est important, car HBO est connue de tous les Américains pour la qualité de ses séries et bénéficie d'un savoir-faire très important dans la production de séries à succès.

Cependant, le chemin pour arriver aux résultats escomptés sera long et difficile pour HBO-AT&T, car Netflix bénéficie d'une popularité et d'un monopole extrêmement important.

Néanmoins, ils ne seront et ne sont pas les seuls à essayer de concurrencer Netflix sur ses terres.

Des grands groupes de communication ont collaboré afin de combattre ce nouvel acteur en s'alliant et en créant HULU, une plateforme mettant à disposition des films et séries du groupe contre un abonnement.

Ce site a été créé en 2007, cette plateforme permettait la diffusion de séries et de films sur Internet contre un abonnement.

Rapidement, des groupes de télévisions ou de divertissement comme ABC ou Disney ont pris des parts de marché dans cette entreprise et continu à en racheter.

Aujourd'hui, une multitude d'entreprises ont investi ou ont pris des parts de marché dans cette entreprise.

Figure 8 : part de marché des plateformes vidéos en 2013 disponible à l'adresse https://www.engadget.com/2013/05/14/netflix-keeps-its-lead-in-streaming-video-use-at-home/?utm_medium=feed&utm_source=Feed_Classic&utm_campaign=Engadget&guccounter=1&guce_referrer=aHR0cDovL290dHNvdXJjZS5jb20vdGFnL3lvdXR1YmUv&guce_referrer_sig=AQAAAKhUkdyqFUUIAxXh_4W4miDLEwE0GrDKQC9Kk2xB2bnAO1ZsmKyh4cqQ2-Obl5ZyqZPb7hZ6q7vTriElq1RF-Q6BDKzOLOllvoRkxNdHljFUOKjZKNxOn6lfzMDMRoFhfjcekv4jA0-aGCuT72TYvPu-bNhgJKUkdSVhdl_t0CMD

Afin de garder ses clients, mais aussi pour concurrencer Netflix, elles ont commencé à investir dans la création de séries qui seront disponibles sur leurs plateformes.

On voit bien qu'aujourd'hui, la seule solution que trouvent les concurrents de Netflix est de combattre sur les terres de Netflix.

Les plans pour contrer Netflix sont des plans à court terme, entre 2 et 5 ans, car pour l'instant, ces entreprises n'ont pas de visions à long terme sur l'avenir du marché des plateformes et des chaînes de télévision.

Ces exemples sont pris du marché et du comportement relatif du marché audiovisuel américain. Il est beaucoup plus violent et beaucoup moins régulé que le marché européen.

Mais, l'influence de Netflix sur le marché de l'audiovisuel et sur le marché des plateformes de vidéos à la demande se fait de plus en plus importante et violente sur le marché européen.

Le problème est que le marché européen n'a pas l'habitude de ces comportements de rachat d'entreprises de manière rapide et de destructions d'identité des entreprises rachetées.

Cette omniprésence va être accentuée, dans les prochains mois, avec l'apparition sur l'ensemble des box TV des opérateurs d'accès Internet de l'application Netflix.

Cette méthode permet de proposer directement l'application aux clients et aux futurs consommateurs de celle-ci.

Cette politique montre à quel point les dirigeants veulent imposer ses produits et sa vision des médias aux publics français et européens.

Cette politique agressive n'est pas habituelle pour les politiques et les professionnels de l'audiovisuel français.

Ces territoires n'ont surtout pas l'habitude de maîtriser ou d'endiguer les changements sociaux culturels qui sont rapides et violents.

Ces changements peuvent et ont bouleversé le rapport des consommateurs vis-à-vis de la télévision.

Certains analystes pensent même que la télévision pourrait disparaître dans les prochaines années.

Ce changement de consommation a changé aussi le comportement des marchés télévisuels en diminuant les recettes publicitaires et en obligeant ces acteurs à sur-investir pour permettre de donner un éventail de séries, et même si la qualité n'est pas au rendez-vous.

Comment l'Europe peut réagir face à ce comportement sauvage et violent ?

Pour endiguer cela, la coopération européenne pourrait être la seule solution en termes de financement qu'en termes de structure permettant la diffusion de programme.

Depuis maintenant quelque temps, différents groupes télévisuels européens essayent de s'allier afin de trouver une solution à ce problème et à leur survie.

Cette solution passe par différents moyens, nous tenterons de comprendre la logique de cette contre-attaque et comment cela se met-il en place ?

2. La riposte des marchés européens

Les Européens ont mis du temps à comprendre que ces nouveaux acteurs, et en particulier Netflix sont dangereux pour leurs marchés audiovisuels.

Le marché des séries, au niveau européen, est contrôlé et géré par les AAI présentes dans chaque pays.

Cependant, ces nouveaux acteurs ont un comportement sauvage dans le but de prendre le contrôle sur le marché.

En effet, ils veulent se comporter comme sur le marché américain sans prendre en compte les AAI de chaque pays et les règles européennes.

Par conséquent, afin de sauver cette industrie et une certaine exception culturelle européenne, les différents États Européens doivent trouver des solutions afin de réussir à contre-attaquer ces nouveaux arrivants.

Ces solutions doivent-elles passer par une collaboration entre les services publics de différents pays ou doivent-elles être indépendantes à chacun des services publics nationaux ?

Des solutions sont déjà envisagées et nous tenterons de comprendre leurs potentiels impacts et leur viabilité. Puis, nous essayerons de voir si les Européens peuvent jouer le même jeu que leurs adversaires.

2.1. Les mesures envisagées

Afin de contrer Netflix et les autres concurrents de celui-ci, l'Europe doit trouver des solutions tant au niveau du secteur public que du secteur privé.

Cela peut passer par des partenariats ou par des accords entre différentes entreprises, entre les services publics ou entre les deux.

Cependant, même si ces partenariats sont créés dans les prochaines années, une question reste toujours en suspens, c'est la question de la forme juridique de ces partenariats et de leurs financements.

2.1.1. Revoir les règles de financements et de diffusions

Les exemples des services publics audiovisuels européens pris précédemment nous montrent bien l'omniprésence du service public au sein du marché de l'audiovisuel européen.

Ces sommes proviennent des redevances des citoyens sous forme de taxes ou d'impôts afin de financer les chaînes de télévision publiques et les radios publiques.

Le financement par les impôts correspond, suivant les cas, à un tiers, à la moitié voire la quasi-totalité du financement de la production audiovisuelle.

L'ensemble de ces investissements forment une somme d'environ 100 millions d'euros par an, si l'on additionne l'ensemble des investissements au niveau européen.

Cette somme est très nettement inférieure si l'on prend la somme investie rien que par Netflix pour financer la création de série.

Cette dernière finance à hauteur de plusieurs milliards de dollars dans la création de films et de séries.

De ce fait, nous, européens ne pouvons rivaliser dans la quantité de séries mises à la disposition des usagers sur les chaînes de services publics et sur les chaînes privées afin de rivaliser avec les plateformes.

Pour essayer d'égaliser l'investissement de cette plateforme, nous devons trouver un nouveau moyen de financement.

Une des solutions envisageables serait d'augmenter au niveau de chaque pays la somme de la redevance télé. Cependant, cette méthode a déjà été prise dans certains pays et ne convient pas à l'ensemble des contribuables européens.

Une solution envisagée par certains pays, dont la France, est de taxer le fournisseur d'accès Internet de chaque consommateur.

Cette idée a été envisagée lors de la présidence de François HOLLANDE, mais n'a pas abouti à sa mise en place.

Mais cette mesure n'a pas été prise à cause des lobbies et de peu de ressources que cela entraînerait.

Le niveau européen pourrait être une solution afin d'investir massivement dans les séries.

Pour cela, il faudrait que l'ensemble des pays européens se mettent d'accord sur un montant et la manière dont l'argent va être investi dans les différentes séries publiques et privées.

Ce consensus sera très délicat à trouver comme sur quasi toutes les questions européennes puisqu'elle demande une perte de souveraineté des pays.

De plus, certains pays pourraient émettre des réserves, car ils pourraient considérer que la défense, la sécurité intérieure ou bien encore le remboursement de la dette sont plus importants que la création de culture ou de série télévisées.

Ces considérations politiques sont importantes dans un contexte européen profondément diversifié entre des gouvernements d'extrême droite comme en Italie ou en Hongrie et des tensions ou des chamboulements politiques naissants comme en Allemagne avec la fin de l'ère de la gouvernance d'Angela MERKEL ou au Royaume-Uni et en Irlande du Nord avec le Brexit.

De ce fait, le financement par l'intermédiaire des moyens traditionnels utilisés en Europe semble ne pas convenir à cette bataille.

Une autre solution envisageable serait de créer une entreprise privée au niveau européen et dont le capital appartient à cent pour cent aux différents pays européens afin de pouvoir se mettre sur le marché boursier et ainsi pour bénéficier de ressources plus importantes qu'actuellement en prenant exemple sur la BBC worldwide²⁵.

Cette méthode permettra de dégager des sommes importantes qui permettront d'investir massivement dans les séries télévisées.

Dans le même temps, des règles pourraient être prises soit au niveau européen soit au niveau de chaque pays afin de faciliter la création de séries.

Il pourrait y avoir, aussi, au niveau européen des règles permettant la création de séries en harmonisant les règles de travail des professionnels ou en harmonisant les règles du coût de production, ainsi que des règles sur les droits de diffusion entre la première diffusion sur les chaînes de télévision et sur Internet.

25 Cf : Partie I, 1.1.2.1. Le financement

Une autre possibilité est à envisager. Cela consisterait à mettre en place des taxes sur les GAFA²⁶ et sur les grandes plateformes qui permettraient de taxer à hauteur de quelques pourcent sur les bénéfices faits sur le territoire de chaque pays.

Ces recettes permettraient de financer de manière plus importante les séries télévisées.

Au-delà de la simple imposition, cela montrerait qu'il y a une égalité de traitement et une forme « justice fiscale » qui contraint les grandes entreprises multinationales sur le continent européen²⁷.

Nous voyons de plus en plus dans le débat public des tensions autour de la fiscalité et, plus particulièrement, des grandes groupes internationaux et des grandes plateformes Internet.

Ces entreprises ont su utiliser les règles internes de l'Union Européenne pour payer moins d'impôt en s'installant dans des paradis fiscaux européens tels que l'Irlande, les Pays-Bas ou le Luxembourg alors que le plus gros de leurs profits se font dans les autres pays d'Europe où il y a le plus de population comme en France ou en Allemagne.

Ce manque de recette fiscale est autant de recettes qui pénalisent les différents États et qui pourrait servir pour le financement de séries ou pour l'État providence.

De ce fait, certains États dont la France a voulu demander à l'Europe de taxer davantage ces entreprises.

Cependant, elle s'est heurtée à certains pays dont l'Allemagne et des pays ayant mis en place ces paradis fiscaux dans l'application de cette politique.

N'ayant pu avoir d'accord avec ses alliés européens, la France a décidé unilatéralement d'appliquer une taxe sur les GAFA et sur d'autres grandes sociétés telles que Netflix et YouTube sur son territoire²⁸.

Grâce à cette taxe, la France voudrait récupérer plusieurs millions d'euros qui seront réinvestis dans la création de séries et de films concernant les plateformes vidéos.

Cependant, il ne faut pas croire que l'Union Européenne n'est pas faible face au GAFA. Une victoire est à donner à l'Europe concernant les plateformes vidéos.

En effet, l'Europe a contraint les grandes plateformes à investir de manière plus approfondie dans les séries et films européens en imposant un quota qui diffère suivant les pays²⁹.

Enfin, une solution pourrait simplifier les rapports de force et contrer les sites de streaming et les plateformes numériques et de téléchargement illégal.

Cette solution passerait par un changement dans la législation des règles dans la diffusion des séries à la télévision et des films.

Il existe un temps entre la diffusion d'un film au cinéma et sa diffusion à la télévision qui est entre neuf et douze mois.

Or, si la législation limitait ce temps pour la disponibilité des films à la télévision ou en SVOD, cela permettrait de limiter les dérives.

26 <https://www.la Tribune.fr/opinions/tribunes/la-taxe-gafa-une-bien-timide-reponse-a-la-toute-puissance-de-ces-multinationales-pas-comme-les-autres-817357.html>

27 <http://www.leparisien.fr/economie/taxer-les-geants-du-numerique-une-question-de-justice-fiscale-affirme-bruno-le-maire-02-03-2019-8023578.php>

28 <https://www.la Tribune.fr/technos-medias/internet/la-taxe-gafa-adoptee-par-l-assemblee-nationale-822598.html>

29 <https://www.la-croix.com/Culture/plateformes-VOD-devront-davantage-contribuer-financement-creation-2018-04-30-1200935567>

Il en va de même pour les séries dans le cadre des futures plateformes envisagées en Europe et de la programmation sur les sites de replay.

Aujourd'hui, chaque épisode de séries est disponible pendant une semaine sur les sites de replay.

L'inconvénient de ce système est que les personnes ayant raté ou venant de découvrir la série ne peuvent connaître le début de la série.

Par conséquent, ils peuvent aller sur les sites Internet pour obtenir ces épisodes de manière légale ou illégale.

Or, cette impossibilité pour les téléspectateurs d'obtenir ces épisodes fait des baisses d'argent pour les chaînes puisque chaque vidéo est composée de publicité avant et après le programme.

En changeant les règles communes de l'ensemble des chaînes, elles pourraient gagner des recettes qu'elles pourraient réinvestir dans les séries.

Ce changement de règles a déjà été envisagé et décidé par la France concernant YouTube.

En novembre dernier, la directrice de France Télévision a déclaré que les programmes de ces chaînes ne seraient plus disponibles sur YouTube, car les retombées financières sont minimales par rapport aux revenus qu'obtient la plateforme de vidéo pour ses programmes.

De ce fait, la directrice met en place un rapport de force avec YouTube concernant les droits d'auteur et les droits de diffusion.

Ces éléments sont quelques exemples des solutions qui pourraient être envisagées afin de riposter à l'attaque de ces plateformes.

Celles-ci sont des solutions que seuls les services et les pouvoirs publics peuvent effectuer.

Il ne faut pas oublier les chaînes privées sont autant en danger que les chaînes publiques dans ce domaine.

Par conséquent, on peut envisager que les chaînes privées et publiques envisagent des actions communes afin de survivre.

2.1.2. Le secteur privé et le secteur public s'allient

Le secteur privé a vu ses bénéfices diminuer depuis maintenant plusieurs années tant au niveau de leurs adhérents, pour des chaînes comme CANAL+, qu'au niveau publicitaire pour l'ensemble des chaînes privées.

Les changements dans l'offre et de son abonnement ou avec l'ajout de plages publicitaires à la télévision et sur les sites de replays de ces chaînes n'ont pas amélioré leurs finances de ces chaînes.

De plus, les pertes engendrées par ce changement a diminué le prix des actions en Bourse et a engendré des rachats d'actions par différents actionnaires pour des coûts moindres que prévus.

Au vu de tout cela, les chaînes privées doivent s'allier afin de survivre et cela peut passer par des alliances avec les services publics.

C'est le cas en France où les chaînes de télévision TF1, M6 et France Télévision vont s'allier pour créer une plateforme dans la veine de Netflix, nommée SALTO, avec des programmes en replay et des créations de séries de télévision originales.

Étant sur le même modèle que les autres plateformes, celle-ci sera payante, mais avec un coût moindre que pour ses consœurs américaines.

L'abonnement ne devrait pas dépasser une dizaine d'euros avec des publicités alors que les autres varient entre une dizaine et une trentaine d'euros.

Il faut cependant savoir que les prix pourraient fluctuer suivant les marchés et suivant la politique de l'entreprise pour garder ou conquérir de nouveaux clients.

Même si le prix est attractif, cette décision de collaboration reste très floue sur l'organisation et sur la programmation des vidéos qui vont être diffusées sur la plateforme puisque la collaboration n'a été confirmée qu'en juin de l'année 2018.

Une autre formule sera mise en place avec un catalogue de séries pour quelques euros de plus sans publicité.

Des plateformes de ce type ont déjà été mises en place aux États-Unis avec HULU et au Royaume-Uni.

Cette méthode a déjà montré ses preuves dans le cas de HULU qui, rien qu'aux États-Unis, réunit 17 millions d'abonnés en 2017 alors qu'en 2016, elle avait 12 millions d'utilisateurs.

De plus, ces créations sont appréciées par les critiques et les usagers.

En prenant tous ces éléments, on peut voir que HULU a réussi à devenir un concurrent efficace et influent face à Netflix.

On peut supposer qu'il en sera de même pour SALTO si les dirigeants prennent des décisions similaires et organise la plateforme de telle sorte que les créations soient suffisamment attractives pour ces usagers ou ces futurs usagers.

La préparation de l'arrivée de SALTO pourrait passer par le choix de créer une collaboration avec Molotov³⁰, qui a les connaissances techniques, juridiques et une implantation sur le Net.

Ce travail en commun pourrait être suffisant pour pouvoir aboutir à des projets plus ambitieux pour les chaînes de télévision et pour préparer les futures plateformes privées et publiques.

Les solutions afin d'éviter la disparition des chaînes de télévision publiques et privées, doivent être prises sur deux fronts pour les pays européens qui ont un marché suffisamment grand pour les mettre en place.

Dans un premier temps, des changements internes de chaque pays et au niveau européen permettront de créer davantage de production et de dégager suffisamment d'argent pour faire des créations originales.

Dans un deuxième temps, la création de plateforme commune entre plusieurs grands groupes de télévisions privées et publiques permettrait de financer et de conjuguer leurs forces afin de pouvoir donner un plus grand catalogue de replay et de séries.

Cette méthode a fonctionné sur l'échelle d'un pays comme les États-Unis.

Mais, peut-elle fonctionner sur l'échelle d'un continent et est-ce que l'ensemble des services publics audiovisuels des différents pays européens peuvent travailler ensemble malgré leurs différences de fonctionnement et de législations afin de créer une plateforme commune ?

30 Cf: Partie 2, 2.2.1

2.2. L'idée d'un Netflix européen des services publics

Les séries des différents pays européens sont reconnues dans le monde entier.

Cependant, les ressources limitées de chaque pays ne permettent pas de créer des productions en quantité suffisante pour avoir une offre suffisante sur les écrans de l'ensemble des pays du monde afin d'améliorer le soft power européen.

De ce fait, les pays d'Europe doivent s'allier afin de produire de manière plus importante. Mais quelle forme prendra cette alliance et comment peut-elle s'organiser en Europe ?

2.2.1 Partenariat envisagé pour la création de productions et pour la création de plateforme

En juin 2018, Delphine ERNOTTE, directrice de France télévision, a déclaré qu'elle travaille avec plusieurs partenaires européens dont l'Italie et l'Allemagne, à la création d'une plateforme européenne de création de séries comme celles de Netflix ou d'Amazon Premium.

Cette annonce suit un travail de négociation qui a duré plusieurs mois et a été fait dans un relatif secret.

Ce projet est aussi un réel défi de coopération et de coordination entre des pays avec une culture et des conceptions de l'organisation publique qui diffèrent suivant la culture de chaque pays et l'organisation administrative des États.

Ce communiqué est intervenu dans un moment très important pour le calendrier médiatique et de communication.

En effet, cette déclaration est intervenue quelques jours avant le festival de *Séries Mania* de Lille en 2018 où se réunissaient les différents représentants et dirigeants d'entreprises de SVOD et de services publics audiovisuels, dont le patron de Netflix.

Par conséquent, cette annonce a été faite plus dans une idée de communication qui permet de montrer à Netflix que les Européens sont là et veulent avoir une place sur ce marché en suivant leurs propres règles.

Ce travail suit l'aboutissement d'un processus qui a commencé depuis 2016 au Parlement Européen par une résolution sur les plateformes en ligne et le Marché numérique. Le texte souligne l'importance de ce marché pour l'économie de l'Union Européenne et pour les consommateurs, usagers et professionnels³¹.

Dans le même temps, le parlement explique que l'Europe est peu présente sur ce marché et que les entreprises Européennes et internationales étant, venant ou entrant sur le marché européen doivent respecter les règles de marché public.

Cette résolution n'apporte pas beaucoup de solutions ou d'éléments pour définir le futur service public de plateforme. Mais il permet surtout de montrer que ce sujet est extrêmement important pour le soft power et la pérennité de l'Europe dans l'univers de l'audiovisuel et du cinéma.

Elle permet surtout de montrer que cette problématique ne trouvera de solutions qu'au niveau européen.

Toujours dans la continuité d'un travail européen, d'après les premiers éléments disponibles, cette plateforme sera un service public dirigé, contrôlé, organisé et financé par les pouvoirs publics.

31 <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P8-TA-2017-0272+0+DOC+XML+V0//FR>

Cependant, étant faite par les services publics, cette plateforme pourrait ne pas respecter l'ensemble des règles des marchés publics et par conséquent, ne pourrait pas entrer sur le marché des plateformes SVOD.

Cependant, l'ensemble de ces éléments ne sont que des suppositions puisque très peu d'informations sont données à ce sujet.

D'après les informations qui ont été divulguées lors de la conférence de presse, cette plateforme sera financée par les chaînes participant aux projets et bénéficiant déjà d'un investissement de cinquante millions d'euros.

Cette plateforme bénéficie déjà de projets en pré-production qui ont été rendus publics en même temps que la création de cette plateforme.

Hormis ces éléments sommaires, le public n'a aucune connaissance de la forme, du nom, du montant de l'abonnement ou de tout autre élément pouvant apporter une connaissance sur cette nouvelle plateforme.

Est-ce qu'elle sera définie sur les règles relatives aux droits des marchés publics ou bien comme la chaîne franco-allemande Arte, à partir d'un traité entre pays européens ?

Une autre possibilité pourrait être la création d'une plateforme ressemblant à celle de "Molotov" ?

Dans le premier cas, le choix de la forme juridique sera déterminant dans le rapport de force avec Netflix et dans son financement.

Si la forme juridique est identique à celle mise en place pour France Télévision, l'entreprise sera une entreprise privée dont l'unique actionnaire sera l'État.

Ce dernier a fixé les statuts et les missions du groupe par différentes lois et décrets depuis 1986.

Le président est choisi après candidature de projets de chaque prétendant à la présidence pour une durée fixée par décret.

Si cette solution est prise, des traités ou/et des nouvelles directives européennes de marché public seront mis en place afin de définir les statuts et les missions de cette plateforme.

Ce choix permettrait de mettre en place un rapport de force avec Netflix, car cette plateforme aurait une forme identique aux entreprises privées et bénéficierait aussi de règles plus libérales au vu des règles économiques de l'Europe.

La deuxième solution envisagée serait qu'elle prenne la forme qui se rapproche de celle d'Arte .

Arte est une chaîne franco-allemande dont les statuts sont définis par un traité entre la France et l'Allemagne de 1990 portant sur la création et le statut particulier de la chaîne.

Celle-ci est détenue pour cinquante pour cent par Arte Allemagne et pour cinquante pour cent par Arte France.

Des deux côtés du Rhin, les propriétaires des deux parties de la chaîne sont l'État français et l'État allemand.

Par conséquent, c'est l'État allemand et l'État français qui financent cette chaîne.

Dans ce même traité, il est mentionné qu'Arte est hors cadre de contrôle des deux pays.

De ce fait, les règles concernant, par exemple, les temps de parole politiques, la publicité ou la protection de la jeunesse avec les limites d'âge pour les programmes ne sont pas mises en place sur la chaîne.

Dans le même temps, elle ne peut être régulée par les autorités indépendantes de chaque pays comme le CSA en France.

Elle bénéficie, par conséquent, d'une indépendance qui dépasse les règles nationales et européennes.

Si cette solution est choisie, plusieurs difficultés seront présentes.

Sur quelles bases justifiées ce traité hormis du point de vue économique ?

En effet, la chaîne Arte avait été faite pour montrer la réconciliation franco-allemande et pour mettre un point final à la guerre froide sur le continent ouest européen.

Or, aucun élément ne peut justifier un traité.

De plus, aujourd'hui, avec la crise de confiance en l'Europe, un nouveau traité européen sur des questions de culture, même si elle relève d'une importance économique, pourrait être mal vu par les populations ou des dirigeants des différents pays européens.

C'est le cas du gouvernement de la République Italienne nouvellement élu qui est eurosceptique et qui a construit sa campagne autour des problèmes économiques et de l'immigration illégale sur ses côtes.

Si cette solution est envisagée, une communication doit être mise en place autour de cette plateforme et de ces traités afin de rallier les Européens à cette plateforme afin que les citoyens puissent comprendre l'utilité de cette plateforme européenne.

Si l'adhésion de la population est présente, elle pourrait permettre de faire pression sur les gouvernements ou les parlementaires pour qu'ils mettent en place cette plateforme.

Enfin, il existe une solution qui peut être envisagée, mais elle sera difficile à mettre en place pour diverses raisons.

Cette solution est un partenariat avec YouTube.

Cette plateforme est le leader mondial du partage et de visionnage de vidéos en ligne.

Cette plateforme, depuis maintenant quelques années, met en place un système de streaming d'événements ou de chaînes de télévision.

À partir de cette constatation, on peut imaginer un partenariat entre YouTube et les services publics européens pour mettre en place un streaming en continu des programmes des chaînes de télévision et des séries financées et appartenant aux services publics européens.

Cependant, cette solution semble peu envisageable à cause de différentes difficultés.

YouTube est une entreprise américaine et non française ou européenne. De ce fait, la mise en place d'un partenariat semble peu envisageable, car en plus de ce problème, la guerre commerciale qui sévit entre l'Europe et les États-Unis empêche toutes discussions entre les différents protagonistes.

De plus, les recettes perçues par les chaînes de télévision pour la diffusion de leurs programmes sur YouTube sont quasi nulles.

Si, dans le futur, un accord était passé entre les deux pour la diffusion ou pour les revenus des vidéos, les citoyens et les politiques européens pourraient considérer cela comme un cheval de Troie dans leur bataille avec les États-Unis et comme une faiblesse pour l'Europe.

Par conséquent, même si cette solution peut être envisagée. Elle ne peut être mise en place dans les faits.

Enfin, le choix pourrait être de construire une plateforme à partir du modèle de la plateforme « Molotov ».

« Molotov » est une plateforme française permettant à la population française de pouvoir avoir accès aux chaînes en direct et aux programmes en replay sur Internet partout en Europe.

L'abonnement est gratuit pour le direct et le replay des chaînes ayant passé un accord avec la plateforme et payant pour le téléchargement des programmes.

Cette plateforme est disponible sur plusieurs supports tels que les tablettes, les portables, les ordinateurs et la télévision simultanément.

L'avantage de cette plateforme est qu'elle est disponible sur l'ensemble de l'Europe. Ce qui permet aux personnes n'étant pas sur le territoire français de pouvoir voir les chaînes françaises de manière légale tout en contournant les règles de géoblocage légalement.

Concernant la forme juridique de cette plateforme, c'est une société par action simplifiée³².

Les règles souples entourant la formation de ces sociétés permettent d'adapter la structure et l'apport humain ainsi que monétaire aux changements du marché et de l'évolution de la consommation des consommateurs.

Cette structure ne fait que diffuser les programmes et n'est en aucun cas un producteur.

Ce modèle est intéressant, mais pas forcément adéquat pour une plateforme européenne, car les contraintes juridiques seraient trop contraignantes pour une société européenne avec de multiples actionnaires étatiques avec des visions différentes des programmes et de la ligne éditoriale de la plateforme.

Le choix de la forme juridique de la future plateforme déterminera la manière dont la chaîne se comportera vis-à-vis des concurrents, mais aussi vis-à-vis des droits nationaux et européens.

Cette forme sera choisie suivant différents éléments qui permettront de mettre en place ce dispositif de manière rapide.

Cependant, les problèmes politiques présents en Europe vont rendre difficiles ce choix et son implication.

S'il y a consensus politique, les dirigeants et responsables de ce futur service public devront donc travailler sur l'adhésion des populations autour de ce projet pour pouvoir pallier les problèmes politiques.

La forme de la plateforme dépendra aussi de la question du financement de la plateforme.

2.2.2. Le problème de financement de cette plateforme

Ces modèles probables pour la future plateforme sont des modèles qui sont inexistantes ou rares dans les différents pays d'Europe tant dans leurs formes que dans leurs financements.

En effet, plusieurs pays d'Europe, et plus particulièrement ceux du sud, ont des difficultés financières liées à la crise de 2008, mais aussi à des problèmes internes de gestion ou dette publique.

Hormis les problèmes liés aux États, le coût pour les usagers et l'adhésion à celle-ci sont importants et doivent être pris en compte dans l'élaboration de la forme juridique.

En théorie, cette plateforme sera financée par les impôts des usagers puisque, selon ces modèles, elle sera un service public.

32 <https://www.economie.gouv.fr/entreprises/societe-actions-simplifiee-SAS>

Cependant, la question du montant de la redevance est à questionner.

Dans tous les pays européens, le montant de la redevance dans chaque pays a augmenté ces dernières années de manière générale dans l'ensemble des pays d'Europe.

Or, si ce modèle se concrétise, il devra être financé par les fonds publics.

Afin de pouvoir financer cette plateforme, une augmentation de la redevance télé, un nouvel impôt sur les GAFAs ou pour les usagers pourraient être mises en place dans les pays européens concernés par la création de cette plateforme ou même sur l'ensemble de l'Europe.

Le problème étant que nous voyons, depuis plusieurs années, dans les différents pays européens des mouvements afin de diminuer ou de modifier les règles concernant cet impôt pour diverses raisons.

Dans certains cas, c'est pour des questions de rapports entre la perception des payeurs et la qualité des services disponibles.

Pour d'autres usagers, c'est pour des questions de mauvais usages de cet argent au sein de ce service public audiovisuel.

C'est le cas par exemple en Italie où les Italiens ne sont plus d'accord pour payer cet impôt qui sert, selon leurs propos, à payer le salaire des grands animateurs de la chaîne au détriment de la qualité des programmes.

De ce fait, afin de « faire passer la pilule », les États et les services publics audiovisuels devront faire une communication adaptée pour montrer leurs ambitions pour cette chaîne et faire comprendre l'intérêt de l'augmentation de l'impôt ou du coût d'adhésion à ce nouveau média.

La forme que va prendre cette plateforme sera décisive pour contrer Netflix, pour la survie du service audiovisuel européen ainsi que pour l'adhésion de la population au coût de fonctionnement et d'accès à cette plateforme.

Cependant, cela ne règle pas le problème du financement de la création qui ne peut être à la hauteur de celle de Netflix et d'Amazon, car elles sont cotées en Bourse et ont des investisseurs privés qui les suivent.

De ce fait, les créateurs de cette plateforme pourraient imaginer un système permettant l'investissement d'acteurs privés permettant un afflux d'argent permettant de produire des séries en masse.

2.2.3. Le Financement par le secteur privé de la plateforme publique

Une des solutions au niveau européen afin de créer un système permettant de concilier les différentes organisations administratives audiovisuelles de chaque pays et d'avoir suffisamment de fonds pour créer des séries en quantité et en qualité, est de créer une société privée appartenant aux États européens ou à l'Union Européenne, mais permettant des investissements privés.

L'Europe pourrait prendre comme exemple le modèle de la BBC WorldWide.

En mettant en place une société privée cotée en bourse appartenant aux États ou à l'Europe, cette plateforme pourra trouver plus facilement des financements pour créer des séries en quantité plus importante que ne le font les chaînes publiques actuelles.

Cependant, ce processus n'est pas commun pour les services audiovisuels européens.

Par conséquent, c'est une nouvelle philosophie qu'il faut mettre en place dans l'esprit de la population, des dirigeants des pays et des dirigeants des services publics audiovisuels européens.

Cette méthode comporte aussi des risques.

En cas de perte de confiance des investisseurs ou de mauvais résultats économiques, les revenus seront amoindris pour la plateforme. Ce qui conduira à une baisse de production.

En cas de baisse d'investissements privés, ce sera aux États ou à l'Europe de contrebalancer ces pertes, puisque les États ou l'Europe, suivant la forme et les textes fondateurs pour la création de cette plateforme, seront propriétaires de la plateforme.

Cela passera par le versement d'argent à l'entreprise et une augmentation soit des impôts soit en une augmentation de l'abonnement ou bien encore en augmentant la publicité sur le site.

Or, les États pourraient subir des pressions de la part des usagers et des citoyens sur la gestion et la gestion et le refinancement de cette société.

Ces manifestations hostiles des citoyens face à ce projet, pourraient avoir des conséquences importantes au niveau politique.

En France, dans le cas de la SNCF (Société Nationale des Chemins de Fer) ou d'autres entreprises privées dont l'état est l'actionnaire majoritaire, l'État a dû annuler des dettes ou transférer de l'argent à l'entreprise.

Ces deux procédés ont provoqué beaucoup de remous dans l'ensemble de la population.

Dans le contexte actuel, les États vont devoir préparer le projet de manière précise et mettre en place une stratégie afin que cette entreprise puisse être viable.

Dans le même temps, elle devra faire comprendre à la population que cette entreprise servira à financer les séries. Mais elle ne servira pas à financer les chaînes et les programmes autres que les séries télévisuelles.

Cet élément est important, car si la population ne comprend pas la différence entre ce mode de financement et le financement du reste de la programmation, il pourrait ne plus vouloir payer la redevance télé ou l'impôt sur l'audiovisuel, suivant le terme employé dans chaque pays.

Or, cela signifierait que les droits de diffusion des compétitions sportives pourraient ne plus être diffusés sur les chaînes du service public ou sur les sites des services publics audiovisuels.

Cela signifierait, aussi, que la diffusion de représentation artistique et d'informations ne serait plus diffusée sur le service public.

De ce fait, en amont, la plateforme et ses propriétaires devront faire comprendre cette distinction à la population entre cette nouvelle entité permettant de financer les séries et la redevance télévisuelle permettant de regarder les infos, le sport et la culture.

La nouvelle plateforme devra aussi s'ouvrir au monde des producteurs privés des séries tant pour le financement que pour la création de séries.

Elle va devoir comprendre et s'entendre avec eux et adapter les règles d'investissements pour incorporer ces producteurs dans leurs schémas de production.

Les États devront donc travailler sur les règles et les aménagements à faire pour aider les investisseurs privés à mettre en place des programmes entre la ou les plateformes et eux.

Dans ce cas, les États devront améliorer l'organisation et le transfert d'information entre les différentes administrations et entre les producteurs et les administrateurs.

Dans cette idée, un site ou une plateforme d'information et/ou une administration devra être créé pour permettre un meilleur partage d'information et de gestion de projets entre les professionnels et la plateforme publique.

Cette condition semble indispensable au vu de l'étendue du marché qui sera concerné par cette plateforme qui sera principalement en Europe et le monde dans un second temps.

De plus, au vu de la population qu'elle veut toucher, l'accessibilité des programmes présents sur la plateforme devra mettre en place des sous-titrages pour l'ensemble des programmes pour l'ensemble des langues européennes.

Cela semble nécessaire aussi pour permettre une égalité d'accès aux informations concernant la société et les productions.

La plateforme devra aussi jouer le jeu de la publicité afin d'avoir des revenus supplémentaires et permettre de faire connaître ses productions.

De ce fait, elle devra changer la mentalité vis-à-vis de la publicité sur les services publics pour certains pays et notamment pour le cas de la France.

Aujourd'hui, au sein de beaucoup de services publics européens, la publicité est limitée, voir interdite sur certaines tranches horaires ou sur l'ensemble du temps de diffusion des programmes.

Cependant, les sites de replays ont des publicités et en diffusent durant les vidéos des programmes.

Elle devra donc changer les règles et les idéologies dans ce domaine.

Dans le temps, elle devra mettre en place des campagnes de promotion des séries sur les chaînes privées et sur Internet afin de permettre une meilleure visibilité des produits qui vont être mis sur le marché.

En ce sens, elle prendra la même technique de promotion que Netflix.

Les solutions pour contrer Netflix vont être mises en place dans les prochains mois et les prochaines années.

Elles devront être mises en place autant pour combattre cet adversaire tout en étant en accord avec les règles européennes.

Les créations de plateforme vidéos privées et publiques, voire privées/publiques, sont les solutions les plus adaptées.

Néanmoins, ces plateformes doivent aussi trouver des financements auprès du privé pour pouvoir dégager massivement de l'argent afin de produire des séries en grande quantité comme Netflix sait le faire.

Avant de mettre cela en place, il faut faire adhérer et faire comprendre aux populations et aux gouvernements des États européens l'importance et le coût de cette ou de ces plateformes afin de créer une adhésion autour de ce ou ces projets.

Avant tout cela, il faut comprendre et envisager des moyens afin de résoudre les problèmes sociaux, économiques, éthiques et de protection des données qui sont ou seront présents à cause des plateformes SVOD.

Partie III :

La société française face aux plateformes

L'importance des plateformes SVOD pour les consommateurs fait apparaître des problèmes économiques, sociaux pour l'ensemble de la population.

Dans le même temps, le poids de cette consommation au sein des données passantes pose des problèmes au niveau des services qui sont ou vont devenir indispensables pour les populations sur l'ensemble du territoire tel que les services médicaux assistés en ligne.

La profusion de données personnelles pose de réels problèmes sur la protection des données et leur utilisation par les entreprises, lobbies et politiques à des fins de manipulations de la population.

Des questions se posent aussi sur l'égalité d'accès à la culture si les services publics audiovisuels disparaît à cause de ces plateformes.

Pourrait-on trouver une solution au niveau de l'État ou de l'Union Européenne pour l'ensemble de ces questions ?

1. Comment peut-on encadrer les problèmes de droits et d'éthique ?

Lorsqu'on suit l'actualité, de nombreuses affaires sont apparues sur la scène publique sur des questions de protections des données des utilisateurs et l'utilisation de celles-ci par des entreprises ou par des personnes politiques ou des groupes de lobbies.

Ces cas montrent comment sont utilisées les données pour mettre en place des publicités, ou des informations adaptés aux profils des usagers.

Dans le même temps, les plateformes, telles que les FAANG, enregistrent et compilent l'ensemble des données personnelles des usagers.

Au vu de tout cela, les questions sont de savoir si les dérives qui ont été révélées, vont perdurer et si elles peuvent être encadrées par une législation adaptée.

Enfin, il faut se demander comment les données personnelles peuvent être protégées.

1.1. Les problèmes des données personnelles

Depuis maintenant plusieurs années de nombreux cas d'utilisation de données d'usagers venant de différentes plateformes ont été utilisées pour manipuler ces personnes à des fins politiques et commerciales.

1.1.1. La manipulation des données

Lorsque l'on écoute ou lit les informations, nous avons l'habitude d'entendre des faits de manipulations qui se font exclusivement ou principalement par les sites ou les réseaux sociaux

Cette manipulation n'est pas utilisée que par les FAANG, mais aussi par et par des pays voulant déstabiliser des démocraties ou manipuler ses habitants.

C'est le cas de la Russie qui a ou aurait lancé des fausses informations lors d'élections³³ ou des référendums³⁴ dans plusieurs pays européens et dans le monde occidental.

Les premiers signes de cette nouvelle ère de manipulation a commencé par des révélations de Edward SNOWDEN sur le vol de métadonnées, durant des années 2000, d'usagers et de citoyens américains et de personnes du monde entier.

Depuis, de nombreux cas de ce type ont montré que cette politique de vol de données personnelles ou de manipulations de données de personnes inconnues ou de personnes célèbres ainsi que de personnalités politiques, s'est faite de plus en plus présente au sein de nos sociétés et dans nos médias.

Lors de derniers grands événements politiques, de nombreuses manipulations ont été recensés par différents biais.

33 https://www.lemonde.fr/pixels/article/2017/11/16/influence-russe-des-campagnes-sur-les-reseaux-sociaux-a-quasiment-chaque-election_5215901_4408996.html

34 https://www.lemonde.fr/referendum-sur-le-brexit/article/2018/07/30/une-commission-parlementaire-britannique-soupconne-la-russie-d-avoir-influence-la-campagne-pro-brexit_5337447_4872498.html

Durant la campagne pour le référendum du Bréxit en 2016, des cas de manipulations des informations sur Facebook et de fausses informations ainsi que de faux profils permettant de manipuler les citoyens Britanniques dans la presse et sur les réseaux ont été avérés.

Ces manipulations venaient autant de pays étrangers que des Britanniques eux-mêmes.

Des méthodes de ce type ont été révélées lors de l'élection présidentielle de 2017 en France.

Cependant, ces éléments ne sont en rien comparables avec les manipulations constatées lors de l'élection présidentielle américaine de 2016 remportée par le candidat républicain Donald TRUMP.

Le scandale *Cambridge Analytica*³⁵ montre à quel point les plateformes sont et peuvent être utilisées pour manipuler ou prédire les actions des citoyens tant dans leurs comportements au quotidien que durant des élections.

Cambridge Analytica est une entreprise britannique non partisane qui met à disposition de ses clients des études permettant de connaître le comportement des usagers de réseaux sociaux ou de plateformes numériques.

Si on prend le cas de la plateforme Netflix, ses données sont compilées afin de savoir quels types de programmes correspondaient aux électeurs.

Par exemple, les utilisateurs regardant des films tels que la saga *HARRY POTTER* pouvaient être d'orientation plus républicaine que de démocrate.

De même, que des personnes regardant la série *Girls* seraient plus démocrates que républicaines.

À partir de ce constat, les équipes du président Trump ont pu connaître les chances et peut-être commander des actions de manipulations des citoyens pour lui permettre d'accéder à la présidence avec l'aide potentielle de pays étrangers.

Ces manipulations ne sont pas seulement politiques ou idéologiques, elles sont principalement économiques.

Aux États-Unis, cette méthode de manipulation des données va encore plus loin.

Les grandes entreprises utilisent les données de leurs clients afin d'envoyer des publicités correspondant à leurs futurs achats.

Dans *L'Empire des Données* d'Adrien BASDEVANT et Jean-Pierre MIGNARD³⁶, des entreprises peuvent prédire que des femmes sont enceintes suivant les achats que celles-ci font.

Cela leur permet de suivre la grossesse et ainsi mettre en place une série de publicités tout au long de leurs grossesses afin d'inciter leurs cibles à acheter leurs produits.

Ces applications posent de véritables problèmes au niveau des données personnelles, de l'éthique et de la protection de l'information et de leurs usagers.

Par ces exemples, on voit bien que des informations aussi anodines que de savoir le nom des films qui sont regardés en famille peut être utilisées contre nous et/ou contre notre démocratie.

35 https://www.lemonde.fr/economie/article/2018/09/28/cambridge-analytica-est-morte-vive-data-propria_5361290_3234.html

36 Adrien BASDEVANT et Jean-Pierre MIGNARD, *L'Empire des Données*, essai sur la société, les algorithmes et la loi, Don Quichotte, 2018

Dans Black box société³⁷, Franck PASQUAL met en lumière le problème de la divulgation d'informations personnelles.

Il prend comme exemple une application sur la perte de poids et d'exercice physique.

	Profondeur de la divulgation	Portée de la divulgation	Tempo de la divulgation
Préserver le secret	superficielle et sommaire	à un groupe restreint d'experts extérieurs	reportée pendant des années ou des décennies
Apporter de la transparence	complète et approfondie	au grand public	immédiat

Figure 9 : Le spectre de la divulgation des données personnelles

Ce tableau, d'après l'étude d'une application de perte de poids, montre que la protection des données est insignifiante.

Dans le même temps, ces informations peuvent être vendues ou revendues directement par les propriétaires de l'application à d'autres sites ou sociétés.

Elles peuvent être aussi piratées et utilisées contre les personnes par des entreprises utilisant ces informations même si celles-ci ne sont plus d'actualité au fil du temps.

Les informations de ces applications ou sites Internet n'étant pas ou peu protégées, elles peuvent être utilisées à des fins économiques et politiques, mais aussi à l'encontre des usagers. Dans cet exemple, les informations peuvent être utilisées par des banques pour éviter d'accorder des crédits à des personnes en surpoids ou ayant eu des maladies.

De ce fait, des questions éthiques se posent sur la protection des données, même pour les plus anodines.

On peut se poser la question de savoir comment peut-on protéger les données personnelles ?

Avant de trouver des solutions, il faut comprendre qu'il existe deux conceptions sur la protection des données.

Les pays de cultures anglo-saxonnes ou non latines, considèrent qu'aucune donnée personnelle existe.

En effet, ils considèrent qu'à partir du moment où ces informations sont révélées, elles n'appartiennent plus à la personne en bien propre.

À l'inverse, selon la conception latine ces informations restent personnelles même après la divulgation de ces informations.

À partir de ce postulat, on peut comprendre la difficulté à mettre en place, au niveau mondial, une protection des données personnelles.

Avec ces exemples, on voit bien les manipulations que peuvent faire l'objet les clients de ces plateformes sont aux niveaux politiques et économiques.

En ce qui nous concerne, la question est de savoir si nous pouvons être protégés sur ces questions en Europe et plus principalement en France.

37 Franck PASQUAL, Black Box Society, édition FYP, 2015

1.1.1. Une nouvelle éthique à trouver.

Cette conception est encore plus compliquée à mettre en place à cause de certaines grandes entreprises qui se considèrent, parfois, supérieures aux États au vu de leur intégration dans les différents marchés et sociétés continentaux et nationaux.

Si l'on prend par exemple Netflix et Facebook, ces deux entreprises considèrent qu'elles sont en dehors des politiques étatiques.

Cela vient d'une part de leur approche libérale, mais aussi par leurs capacités à pouvoir changer les sociétés et les modes de vies³⁸.

De ce fait, les États doivent trouver des solutions pour imposer des normes afin de protéger leurs données, mais, aussi, la protection des données de leurs citoyens.

Cette protection va devenir un enjeu pour les années à venir, car des évolutions dans la concentration des données des usagers au niveau administratif sont déjà en place dans certains pays et sont déjà présentes dans certains domaines où la protection des données est primordiale.

Si l'on prend, par exemple, la future loi sur la santé³⁹, il est envisagé de rassembler l'ensemble des données d'une personne dans un dossier numérique disponible par l'ensemble des acteurs du secteur médical afin de limiter les problèmes de non-transfert de données médicales entre professionnels.

Dans le même temps, la loi voudrait généraliser la possibilité de faire des visites médicales par téléconférence.

Cependant, cette deuxième intention gouvernementale peut engendrer des risques de divulgations ou de visions en direct par des personnes voulant des informations sur le patient ou de l'espionnage de la part d'autres pays ou à l'intérieur du pays.

Dans un autre domaine, au Canada, une plateforme de VOD pourrait être entièrement gratuite.

Le financement se ferait par l'intermédiaire de la publicité et de la vente de données auprès d'entreprises privées.

Cette protection pose évidemment des questions d'éthique et de la protection de données personnelles.

Elle pose aussi une question de philosophie : Est-ce que les clients et usagers préfèrent avoir des produits gratuits et perdre de leur intimité et leurs informations personnelles plutôt que d'avoir une protection et un encadrement de leurs données et informations personnelles ?

Cette question est spécifique au cas canadien et ne sera pas présente au niveau européen notamment à cause du rôle prépondérant de l'Union Européenne sur le continent européen qui sert de garde-fou sur la question de la protection des données.

Mais cette question s'émerisera dans la société européenne si des utilisateurs européens utilisent cette plateforme.

De ce fait, au vu de ces potentielles évolutions à venir dans un avenir plus ou moins proche, la question de la protection va être de plus en plus importante.

38 https://www.francetvinfo.fr/sciences/high-tech/huit-preuves-que-facebook-a-change-notre-vie_521375.html

39 <https://www.lesechos.fr/idees-debats/cercle/reussir-la-transformation-numerique-du-systeme-de-sante-1023322>

Par conséquent, l'Europe doit protéger ses concitoyens en mettant en place une politique de protection des données plus importantes.

La question est de savoir comment on peut faire et comment améliorer les éléments qui sont déjà mis en place.

1.2. L'Union Européenne en première ligne pour la protection des données

Au niveau européen, la seule possibilité pour combattre cette politique de marchandisation des données est au niveau européen.

En effet, comme l'Union Européenne est la deuxième ou la troisième puissance mondiale en terme économique, seule elle peut avoir une pression suffisante pour faire changer la politique de ces entreprises sur son territoire.

Comment cela peut et pourrait se traduire dans la réalité ?

1.2.1. Des questions déjà présentes

La question de la protection des données est une question qui est depuis très longtemps présente dans les sociétés européennes.

Dans certains pays, des lois et des AAI ont été créées depuis plusieurs décennies dans ce domaine.

Dans le cas de la France, le début de ce règlement date de la fin des années soixante-dix avec la création de la CNIL (Commission Nationale de l'Information et des Libertés).

La philosophie de la protection des données et des informations personnelles n'a de cesse de progresser tout au long des années.

Cet approfondissement a été fait de plus en plus prise à un niveau supranational grâce au niveau européen qui a permis de renforcer cette protection.

Avant que ce sujet soit un sujet majeur au niveau supranational, la législation sur la protection des données n'était pas harmonisée entre les différents pays.

Lorsque l'on regarde les différents historiques de la protection des données, on voit que beaucoup de pays ont profondément changé de philosophie et d'idéologie grâce aux différentes directives européennes.

Certains pays européens ont mis du temps à mettre en place un système de protection des données pour différentes raisons.

Certains pays ont eu des bouleversements politiques, comme l'Allemagne, l'Espagne et le Portugal, qui n'a pas permis de prendre en compte ces changements de société avant les années 1990.

Dans d'autres cas, des pays étaient présents dans le bloc soviétique (Pologne, Lituanie, Lettonie...) où la vie privée n'existait pas pour des raisons politiques et idéologiques.

Dans le système politique soviétique, la population ne pouvait et ne devait rien cacher aux responsables politiques puisque la société devait l'emporter sur l'individualité.

De ce fait, l'État mettait en place un système d'espionnage et de réseaux d'information très puissants et performants qui rendait inutiles toutes protections des données personnelles.

En Espagne et au Portugal, les dictatures de Franco et de Salazar, étant tombé dans les années 1970, l'important était de mettre en place un système politique stable et démocratique avant de pouvoir mettre en place un système de protection des données.

Concernant d'autres pays, comme l'Italie, ou le Royaume-Uni, il n'y avait tout simplement pas de protection des données avant les directives européennes des protections des données.

D'autres, on crée des protections des données dans certains domaines, comme la justice ou la protection des données administratives.

Dans le cas de la France, elle fut une des premières à se doter d'une protection des données personnelles à la fin des années 1970.

Une première ébauche de protection des données avait été créée en 1973 pour la protection des données récoltées par l'INSEE (Institut National des Statistiques et des Études Économiques).

La première vraie loi sur la protection des données date de 1978 avec la loi Informatique et Libertés qui avait permis, dans le même temps, la création de la CNIL.

La première grande législation commune en Europe sur la protection des données date de 1995 avec une directive qui a été intégrée aux législations nationales par la plupart des pays en 1998.

Au fil des années, l'émergence et la propagation des NTIC (Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication) poussent les États à créer une protection des données plus importantes.

Cependant, les divergences et les mentalités étant différentes selon les pays, le niveau européen prend l'ascendant sur les pays.

Cette démarche de protection est plutôt logique, car l'Europe est plus forte que l'ensemble des pays européens seuls.

Les divers cas de pression et de piratage de données dans plusieurs pays d'Europe sur des usagers ou des chefs d'États en activité de la part de politiques intérieures et extérieures de l'Europe ou de grandes entreprises mondiales, n'ont fait que renforcer la protection des données en Europe⁴⁰.

De plus, étant la deuxième puissance économique mondiale, ses décisions ont une résonance importante.

L'une date de 2016, le RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données), qui permet la protection des données personnelles des personnes physiques à l'égard des traitements des données qui est entrée en vigueur en 2018.

Cette directive concerne quasiment tous les acteurs de la société qu'ils soient économiques, politiques ou sociaux.

Cette directive permet aux Européens de protéger leurs données personnelles au niveau européen et international.

Cependant, des entreprises ont déjà pensé à une nouvelle manière d'utiliser les données personnelles des usagers en contournant, d'une certaine manière, les directives européennes.

40

https://www.liberation.fr/planete/2018/11/11/cyberguerre-la-diplomatie-en-quete-d-un-declis_1691476

1.2.2. Le choix entre un modèle libéral ou un encadrement social des données personnelles

Les entreprises, telles que Facebook ou Amazon, pensent à contourner cette directive en payant leurs clients pour l'utilisation de leurs données personnelles afin de pouvoir savoir les hobbies, les liens avec des personnes, les informations politiques ou sociales qui les intéressent.

Plusieurs questions se posent face à cette nouvelle politique.

Dans un premier temps, le revenu des personnes provenant de l'utilisation de leurs données personnelles est-il éthique par rapport aux droits fondamentaux des êtres humains ?

On peut se demander, aussi, si ces personnes ne vont pas orienter leurs choix pour gagner plus d'argent ou pour avoir plus d'avantages.

Ces questions ne sont pas des questions inutiles ou quelques affabulations.

Les personnes physiques ayant les capacités à jouir de leurs droits peuvent faire ce qu'ils veulent de leurs données personnelles dans le cadre de la loi.

Cependant, si on voit plus loin que ce seul point de vue, la question est de savoir si l'utilisation de ces données ne va pas servir à des fins politiques ou à des fins de manipulation de masses.

Nous savons que ces données servent déjà, pour certaines entreprises, à manipuler les citoyens. Mais, cette idée de verser une rente pour l'utilisation de ces données pose un problème éthique.

Dans le cas de l'Europe, le choix sera de mettre en place soit une protection des données ou soit de mettre en place un modèle libéral ou social au sein du territoire européen.

Le choix d'un modèle libéral correspondra à la mise en place d'une liberté pour les citoyens de choisir s'ils veulent vendre leurs données personnelles.

Dans le cas d'un modèle non-libéral, le choix sera de mettre en place une politique de protection des données encadrée par les États ou par l'UE.

Pour l'instant, l'Europe se trouve à la croisée des chemins entre ces deux modèles.

Elle a mis en place une protection des données beaucoup plus importante que dans d'autres pays ou continent, mais avec une politique étatique qui peut être plus au moins libérale selon les pays.

Par conséquent, les prochaines années seront décisives dans le processus permettant la protection des données sur le continent.

On ne peut faire que des suppositions, car les événements politiques ou économiques et sociaux peuvent changer la perception de la protection des données.

La protection des données pose des problèmes éthiques et moraux. Elles diffèrent suivant les pays et l'orientation politique de ceux-ci.

Cependant, cette question étant de plus en plus importante dans le domaine politique et économique ainsi que sociale, il est nécessaire de trouver un cadre législatif adapté.

Chaque pays étant différent, c'est l'Union Européenne qui doit jouer un rôle de conciliation entre les pays sur cette question.

Ces questions de droit et d'éthiques engendrent des problèmes beaucoup plus terre à terre qui sont sociales ou territoriales.

Nous devons comprendre comment celles-ci peuvent-elles creuser un peu de plus les inégalités entre les villes et la ruralités.

2. De nouvelles fractures sociales et territoriales en perspective

L'importance que prennent les plateformes et plus particulièrement Netflix dans la vie des citoyens et dans l'économie culturelle de la France ainsi que dans celle de l'Union Européenne est de plus en plus forte d'année en année.

Bien sûr, nous ne pouvons pas prédire l'avenir et peut-être que des circonstances et des événements peuvent modifier cette idée.

De ce fait, l'hypothèse qui sera évoquée ici devra prendre en compte les difficultés présentes, liées aux usages de ces plateformes, et qui risque de s'accroître au fur et à mesure du temps d'un point de vue sociologique.

2.1. Une fracture territoriale

Les problèmes que font apparaître ces plateformes présentes en France et en Europe montrent bien les différences entre les territoires d'un même pays.

Ces différences peuvent être de différentes natures. Elles sont particulièrement présentes dans le domaine social et dans les inégalités territoriales ainsi que dans le domaine de la communication.

2.1.1. Problème de réseau pour le flux d'apports des données

Depuis maintenant près de 20 ans, l'essor des ordinateurs et des appareils mobiles, types smartphones et tablettes électroniques, a changé radicalement notre mode de vie et notre comportement face à l'attente et aux services publics et privés dans tous les domaines de la vie courante.

Les demandes de ces services doivent maintenant se faire, pour une grande partie de la population, dans l'immédiateté ou dans un délai court.

De ce fait, les réseaux, permettant d'avoir cette information ou ce service, doivent être de plus en plus performants pour permettre de répondre à cette attente.

Cette immédiateté est présente dans le monde entier à des degrés différents.

Le réseau Internet est passé des câbles à des informations par satellites toujours plus utilisées.

Il y a encore 10 ans, les portables venaient seulement d'acquiescer la 2G permettant de recevoir des images sur les smartphones.

Aujourd'hui, certains pays, comme la Corée du Sud, le Japon et les États-Unis, se préparent à avoir la 5G permettant de connecter différents appareils électroniques par l'intermédiaire des téléphones portables.

Dans le cas de la France et de l'Europe, elle est encore dans la phase d'installation de la 4G permettant de recevoir des vidéos sur nos téléphones.

Or, en France, tout le monde n'a pas accès à cette 4G pour des raisons autant d'installation des structures que pour des raisons géodynamiques et géographiques.

Ces zones sont dites « zones blanches » puisque le débit Internet ou la couverture 4G sont mauvais voire inexistant⁴¹.

Par conséquent, les personnes ne peuvent pas avoir accès à ces services et sont exclus de tout produit venant d'Internet.

Ce problème va encore plus loin puisque ces zones ayant des problèmes pour recruter des professionnels de certains corps de métier, tels que les médecins, pourraient bénéficier d'outils de communication permettant de remplacer ou d'améliorer la prise en charge des rendez-vous grâce aux vidéos conférences.

Le projet de loi présenté au dernier trimestre 2018 par le gouvernement d'Édouard PHILIPPE prévoit de réorganiser et adapter le système de la médecine française sur l'ensemble du territoire et de développer des outils alternatifs afin de pallier le manque de médecin et de rendre accessible la médecine dans des domaines qui sont peu présents en campagne ou pour des personnes ne pouvant se déplacer.

Or, au vu du mauvais réseau dans la quasi-totalité des territoires ruraux, on peut se demander comment cette médecine pourrait se faire.

Dans le domaine des services privés, l'utilisation de données pour les films, séries et pour les commandes de produits sera plus difficile sur ces territoires que dans les villes ou les milieux urbains non-équipés d'une couverture 4G.

Pour les entreprises, ce manque de réseau peut les pousser à ne pas s'installer dans des lieux non-couverts par celle-ci.

En effet, ce manque de couverture pourra leur être préjudiciable pour passer commande, pour réparer, et produire dans leurs établissements.

En voyant tout cela, on voit bien que le problème de réseau présent sur le territoire français va poser des problèmes autant dans le domaine des services publics et privés indispensables aux usagers et clients que dans le domaine des services de loisirs.

Une autre question est soulevée par ce problème.

Des études ont montré que parmi le flux de données utilisé par les usagers d'Internet et des smartphones, plus de la moitié est consommée pour regarder des vidéos sur les plateformes SVOD⁴².

Or, dans un futur proche, ce flux pourrait être néfaste pour le bon accès aux services médicaux indispensables pour les gens si le réseau est saturé ainsi que les services indispensables pour les administrations et les entreprises.

Ces questions ne sont qu'au stade de questionnement, car ils existent très peu d'expérimentation sur le territoire. Mais, on voit bien les difficultés qui vont se poser dans les années à venir.

Après avoir vu les problèmes de réseaux qui pourront être présents dans les années à venir, il faut voir l'impact qu'aura le manque d'accès à ces plateformes de vidéos à la demande tant du point de vue culturel que de l'information dans les années à venir.

41 https://www.lemonde.fr/pixels/article/2019/03/17/ces-regions-de-france-ou-surfer-sur-internet-n-est-pas-possible_5437262_4408996.html

42 <https://usbeketrica.com/article/netflix-consomme-15-de-la-bande-passante-mondiale>

2.1.2. Problème de culture et/ou du relais des informations

L'omniprésence croissante des plateformes de vidéos à la demande dans le domaine de la culture cinématographique et des séries télévisées fait que d'ici quelques années ces plateformes pourraient être de véritables chaînes de télévision avec leurs propres services d'information et leurs propres lignes éditoriales.

Le risque de ce mouvement est que les consommateurs n'accèdent qu'à un seul type d'informations.

Ce risque est possiblement dangereux dans un contexte de remise en cause de la démocratie et des responsables politiques, des corps intermédiaires et des journalistes dans l'ensemble des sociétés européennes et mondiales.

De ce fait, ne faudrait-il pas encadrer mieux le développement de ces plateformes avec la mise en place d'une déontologie ou une limitation de leurs développements dans certains domaines, dont l'information ou de faire en sorte qu'elles mettent en place une politique éditoriale regroupant tous les points de vue.

Concernant la culture, les plateformes mettent en place des algorithmes permettant de mettre à disposition des séries et des films qui sont ce que les consommateurs demandent.

Mais cette standardisation des goûts des usagers pourrait se propager dans toute la société et ainsi rendre la création et la production de séries et de films venants d'autres pays, de culture ou de points de vue différents complètement inexistantes.

Dans ce cas, la société pourrait être complètement uniformisée et stagnerait dans une culture qui s'autocensure dans tous les domaines culturels.

L'ensemble de ces problèmes sont des suppositions de ce qui pourrait se passer si ces plateformes ne sont pas encadrées et si des règles ne sont pas mises en place pour limiter leurs impacts tant au niveau économique, social, politique et culturel.

Ces hypothèses pourraient être visibles que dans plusieurs années. Mais, certains de ces éléments sont déjà visibles dans la société aujourd'hui.

2.2. Une fracture sociale

Des inégalités existent déjà dans le domaine de l'accessibilité aux plateformes.

Celles-ci peuvent créer des inégalités sociales qui sont déjà visibles.

Ce sont des inégalités d'ordre économiques et culturelles qui ne font que creuser la fracture entre la ruralité et les milieux urbains.

2.2.1. Inégalité d'accès pour le coût d'adhésion si la télé disparaît

L'arrivée des nouvelles plateformes, et notamment celle de Disney dans les prochains mois, vont poser des problèmes d'inégalités sociales et culturelles entre les personnes qui pourront se payer les abonnements et les autres.

Avec l'arrivée prochaine des plateformes d'Apple, Amazon, Disney, et d'autres, le nombre de plateformes pourraient atteindre entre 10 à 15 plateformes dans les prochaines années avec un coût variant entre 5 et 20 euros par mois.

De ce fait, si un individu veut s'abonner à l'ensemble des plateformes, le coût sera d'au moins une centaine d'euros par mois.

Les personnes avec des revenus faibles ou moyens ne pourront avoir accès à l'ensemble de ces services.

Dans le même temps, la surabondance d'offres sur le marché des plateformes pourra faire apparaître un sentiment de lassitude et de circonspection face à cette offre de la part des usagers.

Par conséquent, cette trop grande offre pourrait être contre-productive pour ces plateformes.

Au-delà de ce constat, si des plateformes font faillite, c'est tout un pan de l'économie audiovisuelle mondiale qui peut être touché.

D'un point de vue humain, ce sont des milliers d'emplois qui pourraient disparaître partout dans le monde tant au niveau de l'industrie même que des services externes utilisés par ces entreprises, comme la publicité ou le sous-titrage.

Après ces hypothèses vis-à-vis de l'industrie, il faut revenir aux conséquences que ces plateformes engendrent sur les usagers.

En France, nous voyons et connaissons des différences entre les grands pôles urbains et les pôles ruraux ou des moyennes villes au niveau de la culture.

Cela est autant dû à des causes culturelles, politiques qu'économiques.

La culture en France a toujours été, depuis le Moyen-Âge, une question de politiques publiques et royales.

Les différents pôles culturels en France correspondent autant aux politiques publiques mises en place par les différents seigneurs et rois que des différents empires et des républiques.

La politique la plus importante de ces dernières décennies est celle de Malraux durant les années soixante.

Il ne faut pas oublier celle qui a été mise en place par les différents partis politiques dans les municipalités, et plus particulièrement, par le Parti Communiste.

Au sein des différentes communes dirigées par le Parti Communiste, les maires de celles-ci ont mis en place des politiques publiques de cultures permettant de donner des cours de musiques ou d'arts de manière générale à la population⁴³.

Dans le même temps, ils ont mis en place toute une politique d'accès à la culture avec des visites de musées ou autres.

Or, si on suit cet exemple, les plateformes étant privées et payantes, les politiques ne pourront pas mettre en place des accès à ces plateformes culturelles.

Les plateformes ne voudront pas passer des accords avec ces acteurs publics, car cela n'est pas dans leurs cultures et ceux-ci ne leur apporteront que peu de clients en plus.

De plus, les finances des collectivités étant peu élevées, même si un accord était trouvé, il ne pourrait financer ce partenariat et ne pourrait le justifier dans les dépenses de la collectivité.

Il est important de prendre cela en compte, car si les chaînes de télévision disparaissent, les usagers pourraient, pour des raisons économiques et matérielles, ne plus avoir accès au cinéma, aux séries télévisées et à d'autres documentaires ou d'autres programmes culturels.

43 <https://www.franceculture.fr/emissions/repliques/la-banlieue-brule-t-elle>

De ce fait, une partie de la population ne pourrait avoir accès à la culture ou à l'information si la disparition des chaînes se fait dans les prochaines années.

On voit bien que l'arrivée des plateformes fait naître des problèmes et des inégalités entre les personnes ayant accès et celles qui n'ont pas accès à ces plateformes au niveau économique.

Pourrait-il y avoir la même problématique sur d'autres questions ?

Nous avons vu précédemment que les questions de réseau sont extrêmement importantes dans ce domaine.

Est-ce que cette question de réseau peut-elle créer une nouvelle inégalité en France et en Europe ?

2.2.2 Une nouvelle fracture entre les villes et la ruralité

Au-delà des aspects économiques et sociaux traditionnels, une nouvelle fracture entre les villes et les campagnes ne cesse de s'accroître en France : une fracture de l'accès au réseau Internet.

Les questions, que nous avons déjà vues précédemment, montrent que nous avons des fractures sur l'accès au réseau.

Or, cette fracture ne cesse de s'accroître en partie à cause de L'État.

Depuis la loi NOTRe en 2015 faite sous la présidence de François HOLLANDE, les départements sont en charges de mettre en place la couverture 4G sur l'ensemble du territoire.

Ils doivent la mettre, en place, mais tous les départements ne veulent pas la mettre au même rythme que leurs voisins ou que les usagers le voudraient⁴⁴.

Cette décision revenant seule aux départements, ils choisissent leurs propres calendriers de leurs installations.

Cette différence de calendrier fait que la couverture 4G peut être différente entre deux départements différents ou au sein d'un même département.

On peut mettre de côté des départements ayant des situations géographiques particulières comme les départements de zones montagneuses qui, par leur géologie, ont des particularités propres qui accentuent ces inégalités.

Cependant, dans les autres départements, cela peut être moins justifiable selon le point de vue des usagers et des entreprises.

Les raisons pour lesquelles les départements prennent du temps à mettre cela en place peuvent être différentes.

Cela peut être par manque de moyens ou de structures compétentes ou par manque de volonté politique.

Cette non mise en place ou cette mise en place lente fait qu'il existe ou qu'il va exister des inégalités territoriales sur la couverture 4G.

De ce fait, les consommateurs peuvent hésiter à prendre un abonnement puisqu'elles ne pourront pas regarder les vidéos à cause de la lenteur du réseau.

44 <https://www.lagazettedescommunes.com/620603/en-cartes-et-en-graphiques-comment-avance-la-couverture-mobile-en-4g-en-france-12/>

Ces personnes sont et seront, donc, exclues de la culture audiovisuelle et cinématographique actuelle ou future.

Par conséquent, il y aura une inégalité entre les villes et les campagnes dans ce domaine comme dans beaucoup d'autres.

Nous avons vu qu'il existe des problèmes éthiques et moraux sur la protection des données personnelles vis-à-vis de leurs utilisations par les plateformes.

En Europe, il y a un début de protection qui existe et qui permet de protéger les usagers et les données personnelles.

Cette protection vient plus particulièrement de l'Union Européenne qui a réussi à trouver un accord entre tous ses membres.

Elle a surtout réussi à prouver qu'elle pouvait se mettre d'accord sur des sujets sensibles d'éthique.

Dans le même temps, l'Europe, et plus particulièrement la France, devra faire attention à limiter l'impact de l'arrivée de cette plateforme pour limiter l'accroissement des inégalités territoriales et sociales.

Les pays européens devront faire en sorte que les usagers et les entreprises puissent avoir accès de manière rapide et de manière uniformisée sur l'ensemble du territoire à l'Internet haut débit.

CONCLUSION GÉNÉRALE

Les séries télévisées sont devenues un élément important de la culture populaire.

De ce fait, elles sont devenues un marché économique extrêmement concurrentiel et un enjeu économique important pour les pays, les services publics et les plateformes SVOD.

L'arrivée de Netflix aux États-Unis puis dans le monde, a bouleversé les règles et la temporalité de la création, de la diffusion, du financement et de la communication autour des séries.

Or, l'Europe semble incapable de combattre cette entreprise à cause de son processus de création de séries basées sur le financement des services publics.

En plus de ce problème, d'autres difficultés, visibles sur le marché européen, dues aux changements de comportement des usagers, des crises économiques et de l'incapacité des États à s'entendre sur les règles juridiques et sur une organisation commune ; font que les services publics audiovisuels sont aux bords de la disparition.

Pour certains spécialistes des médias, les services publics audiovisuels n'ont plus que quelques années d'existences avant d'être avalés par les différentes plateformes de vidéos à la demande.

C'est dans cette optique que les services publics doivent changer leurs financements et leurs programmations sur l'ensemble de l'Europe par des initiatives étatiques.

Ces changements dans le financement et dans la collaboration entre les États européens doivent permettre de sauver les services publics audiovisuels et la culture européenne.

Ils pourraient permettre aussi de réduire les inégalités sociales au sein de l'Europe et à l'intérieur des pays au vu des évolutions technologiques.

Cela permettrait d'améliorer aussi le soft power européen qui est, aujourd'hui, extrêmement important pour contrebalancer un manque de pouvoir économique, politique et/ou militaire qui peut ou pourrait survenir sur le territoire européen.

Les séries permettent de donner une certaine image des pays qui les créent et cette image permet de donner une idée de la culture leurs pays.

La production de série pourraient engendrer des retombées économiques importantes si les séries produites par les européennes sont plébiscité par les femmes.

En effet, les paysages, les objets, les vêtements peuvent être achetés ou visités par les consommateurs de ces séries.

C'est dans une optique économique, sociale, politique que différents pays européens veulent travailler ensemble pour éviter cette destruction ainsi que pour pouvoir peser davantage sur ce nouveau marché.

Cependant, les divergences de cultures et de fonctionnements des services publics vont être difficiles à s'accorder entre les États ou les services.

Des mesures nationales ou entre les pays européens ont déjà été prises pour pouvoir combattre Netflix et ses concurrents comme la création d'une plateforme commune.

Néanmoins, ces services publics, qui sont pour la plupart, en ébauches, n'auront pas les financements des grandes plateformes américaines.

Par conséquent, il faudra mettre en place au niveau européen un environnement économique viable pour une ou plusieurs nouvelles plateformes et pour les plateformes nationales privées et publiques.

Celui-ci ne pourra être installé qu'au niveau européen avec des réglementations et des aménagements adaptés aux plateformes européennes et nationales.

Cette adaptation passera par des adaptations des règles des marchés publics, la mise en place de nouvelles formes de société ou de traités européens permettant la création de nouvelles sociétés de vidéos à la demande afin d'avoir une industrie et des plateformes fortes.

Il faut ajouter à tout cela, des changements idéologiques dans la conception des systèmes de financement des services publics et de productions de séries.

Cela passera par un changement sur la question des redevances et des impôts permettant la création de séries se faisant de moins en moins importantes pour les services publics.

En toute logique, de nouvelles méthodes de financements devront se mettre en place afin de financer les plateformes publiques européennes et nationales.

D'autres problèmes d'organisation des administrations devront être réglés ou améliorés pour permettre de produire plus efficacement.

Cette amélioration devra aussi passer par la création d'une administration nationale et européenne de développement et de financement de séries permettant une plus grande présence des producteurs privés au sein des productions des séries.

Concernant les problèmes éthiques et sociaux, les réponses à apporter sont de différents niveaux.

La solution se trouve au niveau européen pour les questions éthiques de droits.

L'Europe doit continuer dans cette voie de protection des données qui est, aujourd'hui, une des plus fortes et des plus contraignantes au monde.

Elle permet aux citoyens européens d'avoir une protection des données personnelles, certes, difficiles, mais existantes contre les géants du web.

Pour les questions sociales et économiques, les solutions seront au niveau national et transnational (couverture 4G, plateforme VOD européenne, partenariat public/privé).

Le niveau européen permettrait de répondre en grande partie à ces questions. Mais les difficultés politiques sur le continent mettent en difficultés l'application de ces réformes.

En effet, nous assistons actuellement à des tensions, au sein de tous les pays d'Europe, entre les villes et les ruralités et des tensions entre les citoyens et l'Europe.

Les années nous diront si ces hypothèses seront justes ou pas.

En conclusion, on peut dire que l'Europe et la France, par l'intermédiaire des États et de l'Union Européenne, doit changer énormément d'éléments pour permettre de garder un rôle important dans le monde des séries tout en continuant et améliorant la protection des données personnelles.

De ce fait, on peut se demander si les problèmes liés aux fonctionnements de l'Union Européenne et à une possible implosion de l'UE ne seront pas les éléments fatals qui empêcheront la création des plateformes et la survie des chaînes de télévision ?

BIBLIOGRAPHIE

Livre papier :

- BALLE, Francis. *Médias et société*. 16eme édition, Paris: LGDJ lextenso EDISONS, 2013
- DICKASON, Renée. *Radio et télévision britanniques*. Presse universitaire de rennes. 1999
- REGOURD, Serge. *Vers la fin de la télévision publique*. Toulouse. édition de l'attribut. 2008
- PASQUAL, Franc. *Black Box Society*. paris, édition FYP, 2015
- BASDEVANT, Adrien et MIGNARD, Jean-Pierre. *L'Empire des Données, essai sur la société*. les algorithmes et la loi. Paris. Don Quichotte. 2018

Participation dans un ouvrage collectif (livre papier) :

Article d'une revue papier :

Article d'une revue électronique :

- ALONSO, Pierre et GUITON, Anaëlle. Cyberguerre : la diplomatie en quête d'un déclic, *Libération*, 11/11/2018, *Libération*, [consulté le 18/12/2018]. Disponible à l'adresse : https://www.liberation.fr/planete/2018/11/11/cyberguerre-la-diplomatie-en-quete-d-un-declit_1691476
- ALCAZAR, Marina. France TV et ses partenaires s'allient pour lutter contre Netflix, *Les Echos*, 03/05/2018, [consulté le 01/06/2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.lesechos.fr/tech-medias/medias/0301638023339-france-tv-et-ses-partenaires-europeens-sallient-pour-lutter-contre-Netflix-2173712.php>
- AUDUREAU, William. Ce qu'il faut savoir sur Cambridge analytica, la société au cœur du scandale Facebook, *Le Monde*, 22/03/2018, [consulté le 15/05/2018]. Disponible à l'adresse : https://www.lemonde.fr/pixels/article/2018/03/22/ce-qu-il-faut-savoir-sur-cambridge-analytica-la-societe-au-c-ur-du-scandale-facebook_5274804_4408996.html
- Auteur Inconnu, Disney dévoile Disney +, sa plate-form vidéo, concurrente de Netflix, *Le Monde*, 12/04/2019, [consulté le 20/04/2019]. Disponible à l'adresse: https://www.lemonde.fr/economie/article/2019/04/12/disney-devoile-les-details-de-sa-plateforme-de-streaming-concurrente-de-netflix_5449063_3234.html
- Auteur Inconnu. France: 6,8 millions de personnes n'ont pas accès à Internet, *20 minutes*, 21/03/2019, [consulté le 20/05/2019]. Disponible à l'adresse: <https://www.20minutes.fr/economie/2478183-20190321-france-68-millions-personnes-acces-internet>
- Auteur Inconnu. Netflix utilise 15 % de la bande passante dans le monde, *Les Inrockuptibles*, 04/10/2018, [Consulté le 20/05/2019]. Disponibles à l'adresse: <https://www.lesinrocks.com/2018/10/04/cinema/actualite-cinema/netflix-utilise-15-de-la-bande-passante-dinternet-dans-le-monde/>
- Bacqué Raphaëlle et CHEMIN Ariane. La communauté: plongée dans la ville de Trappes de Djamel DEBBOUZE au fondamentaliste musulman, *Le monde*, 03/01/2018, [Consulté le 18/09/2018]. Disponible

à l'adresse: https://www.lemonde.fr/idees/article/2018/01/03/la-communaute-plongee-dans-la-ville-de-trappes-de-djamel-debbouze-au-fundamentalisme-musulman_5237251_3232.html

BARBIERE, Cécile. Le Parlement Européen prépare sa riposte sur la taxe numérique, *EURACTIV*, 7/12/2018, [consulté le 18/12/2018]. Disponible à l'adresse: <https://www.euractiv.fr/section/economie/news/le-parlement-europeen-prepare-sa-riposte-sur-la-taxe-numerique//>

BERNARD, Philippe, Une commission parlementaire britannique soupçonne la Russie d'avoir influencé la campagne pro-Brexit, *Le Monde*, 30/07/2018, [consulté le 29/12/2018]. Disponible à l'adresse: https://www.lemonde.fr/referendum-sur-le-brexit/article/2018/07/30/une-commission-parlementaire-britannique-soupconne-la-russie-d-avoir-influence-la-campagne-pro-brexit_5337447_4872498.html

BERNARD, Philippe. Iplayer, l'arme de la BBC face aux géants américains du NET? , *Le Monde* 21/03/2018, [consulté le 15/04/2018]. Disponible à l'adresse: https://www.lemonde.fr/economie/article/2018/03/21/iplayer-l-arme-de-la-bbc-face-aux-geants-americaains-du-net_5274131_3234.html

BOURGEOIS, Isabelle, Audiovisuel : l'avenir protégé du service public allemand, *Le Journal*, mai 2008, [consulté le 12/02/2018]. Disponible à l'adresse: <https://journals.openedition.org/rea/906/>

BOUGON, François. La PDG de France Télévision s'attaque à YouTube, *Le Monde*, 23/11/2018, [consulté le 18/12/2018]. Disponible à l'adresse : https://www.lemonde.fr/economie/article/2018/11/23/youtube-dans-le-viseur-de-delphine-ernotte_5387418_3234.html

CASSEL Boris et CAZES. Séverine, Taxer les géants du numérique, une question de justice fiscale, *Le Parisien*, 02/03/2019, [consulté le 20/04/2019]. Disponible à l'adresse : <http://www.leparisien.fr/economie/taxer-les-geants-du-numerique-une-question-de-justice-fiscale-affirme-bruno-le-maire-02-03-2019-8023578.php>

CAZENAVE, Fabien. Le Parlement Européen veut plus de séries européennes sur Netflix, *Ouest-France*, 02/10/2018, [consulté le 18/12/2018]. Disponible à l'adresse: <https://www.ouest-france.fr/europe/ue/le-parlement-europeen-veut-plus-de-series-europeennes-sur-Netflix-et-youtube-5997158/>

CHEVALIER, Marc. Pourquoi Netflix bouscule le cinéma et la télé, *Alternatives économiques*, 17/05/2018, [consulté le 20/11/2018]. Disponible à l'adresse: <https://www.alternatives-economiques.fr/Netflix-bouscule-cinema-tele/00084618/>

CHOPPIN, Damien. Les services de streaming que Disney lancera fin 2019 pour concurrencer Netflix arrivera en Europe « un peu plus tard » avec des programmes spécifiques pour la France, *Business Insider France*, 10/12/2018, [consulté le 18/12/2018]. Disponible à l'adresse: <https://www.businessinsider.fr/futur-service-de-streaming-disney-Netflix-disponible-france-kevin-mayer-2018//>

COUTURIER, Marine. La redevance à l'allemande fait baver d'envie France Télévision, *Le Nouvel Observateur*, 06/09/2015, [consulté le 23/01/2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.nouvelobs.com/rue89/rue89-economie/20150906.RUE0430/la-redevance-a-l-allemande-fait-baver-d-envie-france-televisions.html>

DANIEL, Vincent. Huit preuves que Facebook a changé notre vie, *France tv info*, 04/02/2014, [consulté le 6/05/2018]. Disponible à l'adresse : https://www.francetvinfo.fr/sciences/high-tech/huit-preuves-que-facebook-a-change-notre-vie_521375.html

DE GRANDI, Michel. Asie émergente: de plus d'inégalité, *Les Echos*, 05/12/2017, [consulté le 21/05/2019]. Disponible à l'adresse : <https://www.lesechos.fr/2017/12/asie-emergente-de-plus-en-plus-dinegalites-188515>

DE FOURNAS, Marie. *Qu'est-ce que molotov tv, l'application gratuite pour regarder la télé?*, RTL 05/04/2017, [consulté le 15/06/2018]. Disponible à l'adresse: <https://www.rtl.fr/culture/medias-people/qu-est-ce-que-molotov-tv-l-application-gratuite-pour-regarder-la-television-7787950201/>

DESHAYES, Christophe. *La taxe GAFA, une bien timide réponse à la toute puissances des multinationales pas comme les autres*, *La Tribune*, le 16/05/2019, [consulté le 20/05/2019]. Disponible à l'adresse : <https://www.latribune.fr/opinions/tribunes/la-taxe-gafa-une-bien-timide-reponse-a-la-toute-puissance-de-ces-multinationales-pas-comme-les-autres-817357.html>

DREYFUS, Stéphane. *Les plateformes VOD devront davantage contribuer aux financement de la création*, *La Croix*, 30/04/2018, [Consulté le 20/04/2019]. Disponible à l'adresse: <https://www.la-croix.com/Culture/plateformes-VOD-devront-davantage-contribuer-financement-creation-2018-04-30-1200935567>

DUFOUR, Nicolas. *Face à Netflix, l'impuissance européenne*, *Le Temps*, 23/06/2018, [consulté le 12/07/2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.letemps.ch/culture/face-Netflix-limpuissance-europeenne.php>

EUDES, Yves. *Cambridge Analytica est morte, vive Data Propria*, *Le Monde*, 23/09/2018, [consulté le 22/11/2018]. Disponible à l'adresse : https://www.lemonde.fr/economie/article/2018/09/28/cambridge-analytica-est-morte-vive-data-propria_5361290_3234.html

FARCI, Sébastien. *Inde: nouvelles manifestation après le viol de deux jeunes filles mineurs*, *RFI*, le 15/04/2018, [consulté le 21/05/2019]. Disponible à l'adresse : <http://www.rfi.fr/asi-pacifique/20180415-inde-nouvelles-manifestations-apres-viols-deux-jeunes-filles-mineures>

FETWEISS, Maxime, *Netflix, les utilisateurs belges payent plus cher que les Américains pour moins de contenus*, *RTBF*, 30/11/2018, [consulté le 18/12/2018]. Disponible à l'adresse: https://www.rtf.be/info/medias/detail_Netflix-les-utilisateurs-belges-payent-plus-cher-que-les-americains-pour-moins-de-contenus-pourquoi?id=10083218/

FEUILLEBOIS, Stanislas. *Médias : tf1, m6 et vimeo sous la menace de Netflix*, *Le Revenu*, 16/07/2018, [consulté le 25/07/2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.lerevenu.com/bourse/medias-tf1-m6-et-vivendi-sous-la-menace-de-Netflix.php>

France Info avec afp et reuters. *6 questions sur SALTO : La plateforme de France télévision, tf1 et M6 pour contrer Netflix*, *France Info*, 15/06/2018, [consulté le 28/06/2018]. Disponible à l'adresse : https://www.francetvinfo.fr/economie/medias/tf1/six-questions-sur-salto-la-plateforme-de-france-televisions-tf1-et-m6-pour-contrer-Netflix_2803353.html

GIRARD, Hélène. *Cinéma et audiovisuel, les collectivités confortent leurs aides*, *La Gazette Des Communes*, 07/05/2013, [consulté le 30/06/2018]. Disponibles à l'adresse : <https://www.lagazettedescommunes.com/166294/les-collectivites-confortent-leur-role-financier/>

GRONDIN, Anaëlle. *Netflix : une ascension en dix dates, 20 minutes*, 14/09/14, [consulté le 12/02/2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.20minutes.fr/web/1442647-20140914-Netflix-ascension-dix-dates/>

GROUSSARD, Véronique. *La vérité sur le surcoût des séries françaises*, 25/10/2015, *CHALLENGES*, [consulté le 12/04/2018]. Disponibles à l'adresse : https://www.challenges.fr/media/audiovisuel/la-verite-sur-le-surcout-des-series-francaises_57248/

HENLE Victor, Allemagne : *la nouvelle contribution audiovisuelle (Rundfunkbeitrag), due par tous les foyers, est conforme à la Constitution*, *La Revue Européenne des Médias Numérique*, Automne 2018,

[consulté le 25/03/2019]. Disponible à l'adresse : <https://la-rem.eu/2019/01/allemande-la-nouvelle-contribution-audiovisuelle-rundfunkbeitrag-due-par-tous-les-foyers-est-conforme-a-la-constitution/>

HIVERT, Anne-Françoise. *Scandinavie : l'autre royaume des séries*, *Le Nouvel Observateur*, *Le Nouvel Observateur*, 11/04/2015, [consulté le 30/01/2018]. Disponible à l'adresse: <https://teleobs.nouvelobs.com/series/20150408.OBS6692/scandinavie-l-autre-royaume-des-series.html/>

HUE, Benjamin. Freebox delta une box Internet avec devialet abonnement Netflix et fibre, *RTL*, 4/12/2018, [consulté le 18/12/2018]. Disponible à l'adresse: <https://www.rtl.fr/actu/futur/freebox-delta-une-box-internet-avec-son-devialet-abonnement-Netflix-et-fibre-10-gbit-s-7795804797>

HUGON, Quentin, Influence russe: des campagnes sur les réseaux sociaux à quasi toute les élections, *Le Monde*, 17/11/2017, [consulté le 25/11/2018] . Disponible à l'adresse : https://www.lemonde.fr/pixels/article/2017/11/16/influence-russe-des-campagnes-sur-les-reseaux-sociaux-a-quasiment-chaque-election_5215901_4408996.html

HUE, Benjamin. 4 questions sur la fin du géoblocage de Netflix, myCanal ou Spotify en Europe, *RTL*, 03/04/2018, [consulté le 18/12/2018]. Disponible à l'adresse: <https://www.rtl.fr/actu/futur/4-questions-sur-la-fin-du-geoblocage-de-Netflix-mycanal-ou-spotify-en-europe-7792877256/>

JACQUOT, Guillaume. Projet de la loi santé, les mesures de régulation sur l'installation des médecins, *Public Sénat*, 22/05/2019, [Consulté le 24/05/2019]. Disponible à l'adresse: <https://www.publicsenat.fr/article/parlementaire/projet-de-loi-sante-les-mesures-de-regulation-sur-l-installation-des-medecins>

KAYALI, Laura, A Bruxelles, l'audiovisuel divise États et parlementaires, *Contexte*, 23/11/2016, [consulté le 12/02/2018]. Disponible à l'adresse : <https://rbu.univ-reims.fr:2892/Search/ResultMobile/0/>

LANGLAIS, Pierre. "Jours Polaires" Leila BEKHTI illumine la série noire de Canal+, *Télérama*, [consulté le 23/03/2019]. Disponible à l'adresse : <https://www.telerama.fr/series-tv/jour-polaire-une-serie-arctique-ebloue-par-leila-bekhti,150319.php>

LEJOUX, Christine. Ce n'est pas facile de financer une série tv en Europe , *La Tribune*, 20/09/2016, [consulté le 30/01/2018]. Disponible à l'adresse : <https://rbu.univ-reims.fr:2892/Search/ResultMobile/0/>

MAIWALD Anja, La justice allemande sanctuarise la redevance audiovisuelle, *France Info*, 18/07/2018, [consulté le 18/08/2018]. Disponible à l'adresse : <https://blog.francetvinfo.fr/bureau-berlin/2018/07/18/la-justice-allemande-sanctuarise-la-redevance-audiovisuelle.html>

MARTIN, Charles. Disney prend le contrôle de HULU et aura donc deux plateformes de streaming, *Première*, 14/05/2019, [consulté le 21/05/2019]. Disponible à l'adresse : <https://www.premiere.fr/Series/News-Series/Disney-prend-le-contrôle-de-Hulu-et-aura-donc-deux-plateformes-de-streaming>

Malécot, Véronique, CHAFFIN, Zeliha et MAINGUET Maxime. Ces régions de France où surfer sur Internet n'est pas possible, *Le monde*, 17/03/2019, [Consulté le 20/05/2019]. Disponible à l'adresse: https://www.francetvinfo.fr/culture/la-fermeture-de-megaupload-en-trois-questions_52829.html

MITOYEN, Juliette. Le nouveau plan de bataille de HBO contre Netflix 10/07/2018, *Le Point*, [consulté le 15/07/2018]. Disponible à l'adresse: http://www.lepoint.fr/pop-culture/series/le-nouveau-plan-de-bataille-de-hbo-face-a-Netflix-10-07-2018-2234651_2957.php

Moreno, Camille et Mazon, Romain. En cartes et en graphiques: comment avance la couverture mobile 4G en France, *La Gazette Des Communes*, 14/05/2019, [Consulté le 20/05/2019]. Disponible à l'adresse:

<https://www.lagazettedescommunes.com/620603/en-cartes-et-en-graphiques-comment-avance-la-couverture-mobile-en-4g-en-france-12/>

Ouest-France. Une alliance des groupes audiovisuels publics européens pour lutter contre Netflix. 13/05/2018, *Ouest-France*, [consulté le 10/06/2018]. Disponible à l'adresse: <https://www.ouest-france.fr/medias/television/series/une-alliance-des-groupes-audiovisuels-publics-europeens-pour-lutter-contre-Netflix-5738064>

PAQUETTE, Emmanuelle. France Télévision négocie avec Molotov, *L'Express* 20/12/2018, [consulté le 3/01/2018]. Disponible à l'adresse: https://lexpansion.lexpress.fr/high-tech/france-televisions-negocie-avec-molotov_2054292.html

RENAULT, Jean-Maxime, Euphoria : une saison 2 pour la série ado HBO avec Zendaya, *Allociné*, 12/07/2019, [consulté le 20/07/2019]. Disponible à l'adresse : http://www.allocine.fr/article/fichearticle_gen_carticle=18682818.html

ROLLAND, Sylvie, La taxe GAFSA adoptée par l'Assemblée Nationale, *La Tribune*, 4/7/2019, [consulté le 20/07/2019]. Disponible à l'adresse : <https://www.latribune.fr/technos-medias/internet/la-taxe-gafa-adoptee-par-l-assemblee-nationale-822598.html>

ROZIERES, Grégory. Netflix inclus dans les Freebox Delta et One: oui, mais...? *Huffington post*, 04/12/2018, [consulté le 18/12/2018]. Disponible à l'adresse: <https://www.huffingtonpost.fr/2018/12/04/Netflix-inclus-dans-les-freebox-delta-et-one-oui-mais-a-23607946/>

TASSI, Paul. 'Jessica Jones' Season 3 Ends Netflix's Marvel Universe On A Down Note, *Forbes*, 20/06/2019, [consulté le 18/07/2019]. Disponible à l'adresse : <https://www.forbes.com/sites/paultassi/2019/06/20/jessica-jones-season-3-ends-netflixs-marvel-universe-on-a-down-note/#36181ef66691>

TASSART, Bénédicte. Créer « un HULU à la française », le pari de Takis Candilis face à Netflix, *RTL*, 6/05/2018, [consulté le 12/06/2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.rtl.fr/culture/medias-people/creer-un-hulu-a-la-francaise-le-pari-de-takis-candilis-face-a-Netflix-7793287396>

VERGARA, Ingrid. Netflix gagne moins d'abonnés que prévu. *Le Figaro*, 17/07/2018. [consulté le 25/07/2018]. Disponible à l'adresse : <http://www.lefigaro.fr/medias/2018/07/17/20004-20180717ARTFIG00059-la-croissance-de-Netflix-ralentit.php>

VOIRIN, anne. Comment comprendre le succès des séries tv scandinaves ?, *Ina global*. 28/11/2014, [consulté le 12/02/2018]. Disponible à l'adresse: <https://www.inaglobal.fr/television/article/comment-comprendre-le-succes-des-series-tv-scandinaves-7985/>

WACHTGAUSEN, Jean-Luc. Netflix, Amazon et Hulu vers la fin du partage du compte entre amis, *Le Point*, 15/01/2019, [consulté le 10/02/2019]. Disponible à l'adresse : https://www.lepoint.fr/pop-culture/series/Netflix-amazon-et-hulu-vers-la-fin-du-partage-du-compte-entre-amis-14-01-2019-2285612_2957.php/

Site Internet:

Auteur Inconnu, Netflix plateformes svod, *numerama*, [Consulté le 23/07/2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.numerama.com/startup/Netflix/>

BBC Asian Network, *BBC*, [Consulté le 20/05/2019]. Disponible à l'adresse : <https://www.bbc.co.uk/asiannetwork>

Commission Européenne, Communication de la Commission du Parlement Européen, au conseil au Comité Économique et sociale européen et au Comité des Régions, Les plateformes en ligne et le marché unique numérique -Perspectives et défis pour l'Europe, *Commission Européenne*, le

25/05/2016, [consulté le 15/05/2019]. Disponible à l'adresse : <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2016/FR/1-2016-288-FR-F1-1.PDF>

CSA, Netflix, *Etude 2015 et perspective 2016, mars 2016*, CSA [consulté le 4/04/2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.csa.fr/Informer/Collections-du-CSA/Thema-Toutes-les-etudes-realisees-ou-co-realisees-par-le-CSA-sur-des-themes-specifiques/Les-etudes-du-CSA/Netflix-resultats-annuels-et-perspectives-2016>

CSA recherches FAQ. Les réponses du conseil aux questions fréquemment posées, CSA, [Consulté le 23/07/2018]. Disponible à l'adresse url : <http://www.csa.fr/Les-reponses-du-Conseil-aux-questions-frequeemment-posees-FAQ/Television/Les-programmes/Le-cas-des-chaines-Arte-LCP-AN-Public-Senat/>

France télévision. Histoire de France Télévision, [Consulté le 23/07/2018]. Disponible à l'adresse: <https://www.francetelevisions.fr/histoire> *

HADOPI, Téléchargement Illégal, *Services Public*, [consulté le 22/03/2019]. Disponible à l'adresse : <https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F32108>

Meta Média, Europe : l'audiovisuel public en transformation, les Nordiques en avance, *Méta Média*, 22/03/2018, [consulté le 25/05/2018]. Disponible à l'adresse : <https://www.meta-media.fr/2018/03/22/europe-audiovisuel-public-en-transformation-les-nordiques-en-avance.html>

Parlement Européen. Les plateformes en ligne et le marché unique. *Édition Parlement Européen*. 15/06/2017, [consulté le 2/02/2019]. Disponible à l'adresse : <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P8-TA-2017-0272+0+DOC+XML+V0//FR>

Portail franco-allemand, Traité franco-allemand du 2/10/1990 portant sur la chaîne culturelle européenne, *Portail franco-allemand*, [Consulté le 23 juillet 2018]. Disponible à l'adresse url : <http://www.deutschland-frankreich.diplo.de/Traite-sur-la-chaine-Culturelle.html/>

Le SÉNAT, la protection des données personnelle, *Le Sénat* disponible à l'adresse: https://www.senat.fr/lc/lc62/lc62_mono.html

Une thèse, un mémoire ou un rapport de stage papier :

BLANC, Guillaume. *Différenciation des pratiques de réception des séries télévisées et mutations du secteur de la diffusion audiovisuelle, analyse critique du scénario de la mort annoncé de la télévision*, mémoire de Master 2 recherche science de l'information-communication, soutenue en 2011 à l'université de Stendhal Grenoble, [consulté le 19/02/2019]. Disponible à l'adresse : <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-00683226/document>

GARCIA, Brice. *La relation utilisateur créatrice de valeur pour une plateforme de streaming audiovisuelle. Le cas/Netflix : d'un dispositif captif à un système de recommandation individualisé*, Master Professionnel Information et communication, soutenue le 12/09/2016 à CELSA Paris Sorbonne [consulté le 16/02/2019]. Disponible à l'adresse : <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01671538/document>

OBA ZANGA, Jacqueline. *Mémoire de fin d'étude sur la dématérialisation*, Master 2 Droit Public, carrière public, soutenue au CUT de Troyes en septembre 2018, [consulté le 24/02/2019]. **Disponible à l'URCA.**

TREBAOL, Clément. *Nouveaux diffuseurs et évolutions du financement*, mémoire professionnel, Université Aix-Marseille, 29/03/2017, [consulté le 15/02/2019]. Disponible à l'adresse : <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01587870/document>

VAZQUIEZ-LAVALLE, Claudia. *Sérialisation et services d'accès aux contenus audiovisuels, Le cas français des chaînes de télévision au portail Netflix*, mémoire de master 2 mention information et communication, UFR Langage, lettres et arts du spectacle, information et communication de l'université

Grenoble-Alpes [consulté le 16/02/2019]. Disponible à l'adresse : <https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01625155/document>

Une thèse, un mémoire ou un rapport de stage électronique :

Un congrès papier, un acte de colloque ou une conférence :

Émission de radio ou de télévision :

BBC Asian Network, <https://www.bbc.co.uk/asiannetwork>

BENYAMIN Clara, *Besoin de rien, Envie de droit, Comment Netflix bouleverse la chronologie des médias*, [consulté le 12/02/2019], disponible à l'adresse : <https://www.binge.audio/comment-Netflix-bouleverse-la-chronologie-des-medias//>

CULTURES MONDE, *Les nouvelles batailles culturelles (2/4), Face à Netflix,, L'Europe en résistance*, 27/11/2018, [écouté le 29/12/2018], disponible à l'adresse: <https://www.franceculture.fr/emissions/cultures-monde/culturesmonde-du-mardi-27-novembre-2018>

ANNEXES

Table des annexes

Annexe 1. Le flux de financement des médias d'après Francis BALLE dans «Médias et société »	89
Annexe 2. Les régimes du contrôle audiovisuel en Allemagne et au Royaume-Uni d'après Francis BALLE dans « Médias et société »	90
Annexe 3. Netflix : résultats annuels 2015 et perspectives 2016 d'après une étude du CSA de mars 2016 disponible à l'adresse https://www.csa.fr/Informer/Collections-du-CSA/Thema-Toutes-les-etudes-realisees-ou-co-realisees-par-le-CSA-sur-des-themes-specifiques/Les-etudes-du-CSA/Netflix-resultats-annuels-et-perspectives-2016	92

Annexe 1. Le flux de financement des médias

Annexe 2. Les régimes du contrôle audiovisuel en Allemagne et au Royaume-Uni

Annexe 3. Netflix : Résultats annuels 2015 et perspectives 2016 d'après une étude du CSA de mars 2016

TABLE DES FIGURES

Figure 1 : La pyramide de Haley	14
Figure 2 : Évolution du marché	16
Figure 3 : Revenus de la SVOD suivant les pays en 2016	30
Figure 4 : Chronologie de l'exploitation des films	36
Figure 5 : Nombre de produits disponibles sur Netflix suivant les pays	43
Figure 6 : Évolution du budget de production sur Netflix et Amazon	45
Figure 7 : Évolution du nombre d'abonnés de Netflix à l'international et aux États-Unis	46
Figure 8 : Part de marché des plateformes vidéo en 2013	49
Figure 9 : Le spectre de la divulgation des données personnelles	67

Table des matières

Remerciements	1
Résumé	2
Liste des abréviations	3
Glossaire	5
Sommaire	6
Introduction	7
Partie I : Des modèles inspirants pour la France	12
1. L'exemple de trois systèmes européens inspirants pour la France et pour l'Europe	13
1.1. Le service britannique de l'audiovisuel : la BBC	13
1.1.1. La BBC et son histoire	13
1.1.2. La création d'une série	17
1.1.2.1. Le financement	18
1.1.2.2. La création et la diffusion de série la BBC	19
1.1.3. La régulation au Royaume-Uni	21
1.2. Le système allemand du service public audiovisuel	21
1.2.1. L'histoire de l'audiovisuel allemand	21
1.2.2. Le financement	22
1.2.3. La création de séries	23
1.2.4. La régulation	23
1.3. Les séries scandinaves	24
1.3.1. Le financement	24
1.3.2. La particularité de la création des séries	25
1.3.3. Faire de la qualité avec des coûts peu élevés	26
2. Le système français de créations de séries	28
2.1. Le financement	28
2.1.1. La redevance télévisuelle	28
2.1.2. Les autres types de revenus	29
2.1.2.1. Les crédits d'impôts	29
2.1.2.2. La publicité	30

2.1.2.3. Les produits dérivés et les nouvelles méthodes	30
2.1.2.4. Les autres partenaires publics	31
2.2. Les particularités françaises dans la création de séries	31
2.2.1. Les problèmes d'organisation de l'organisation de l'administration	31
2.2.2. Le coût des séries	31
Conclusion	33
Partie II: L'arrivée d'un nouvel acteur : Netflix	34
1. L'arrivée d'une révolution	35
1.1. L'apparition d'une nouvelle entité dans l'industrie	35
1.1.1. Le contexte de cette apparition	35
1.1.2. L'histoire de Netflix	37
1.1.3. Le modèle économique	38
1.2. Le chamboulement du marché	41
1.2.1. L'impact sur les usagers et sur les professionnels des séries	43
1.2.1.1. Les professionnels furent entre mépris et incompréhensions	42
1.2.1.2. L'impact sur la population	42
1.2.2. Le monopole de Netflix et les répercussions sur le marché européen	44
1.2.2.1. Netflix a-t-il un véritable impact comme les autres membres du FAANG dans leurs domaines ?	45
1.2.2.2. L'Europe, l'incompréhension et le déni à l'arrivée de Netflix	47
2. La riposte des marchés européens	51
2.1. Les mesures envisagées	51
2.1.1. Revoir les règles de financement et de diffusion	51
2.1.2. Le secteur privé et le secteur public s'allient	54
2.2. L'idée d'un Netflix des services publics européens	55
2.2.1. Partenariat envisagé pour la création de productions et pour la création de plateformes	55
2.2.2. Le problème de financement de cette plateforme	59
2.2.3. Financement par le secteur privé de la plateforme publique	60
Conclusion	63
Partie III: La société française face aux plateformes	64

1. Comment peut- on encadrer les problèmes de droits et d'éthique ?	65
1.1. La philosophie et l'idéologie qui entourent la protection des données	
actuellement	65
1.1.1. Les problèmes des données personnelles	65
1.1.2. Une nouvelle éthique à trouver	67
1.2. L'Union Européenne en première ligne pour la protection des données	69
1.2.1. Des questions déjà présentes	69
1.2.2. Le choix entre un modèle libéral ou un encadrement social des données	
personnelles	71
2. De nouvelles fractures sociales et territoriales en perspective	72
2.1. Une fracture territoriale	72
2.1.1. Problème de réseau pour le flux d'apports des données	72
2.1.2. Un problème de culture et/ou de relais d'information	74
2.2. Une fracture sociale	74
2.2.1. Inégalité d'accès pour le coût d'adhésion si la télé disparaît	74
2.2.2. Une nouvelle fracture entre la ville et la ruralité	76
Conclusion	77
Conclusion Générale	78
Bibliographie	80
Annexes	87
Table des annexes	88
Table des Figures	106
Table des Matières	107