

Chronique d'un mercredi sur deux

TROP D'EXCLUSIVITE TUE L'EXCLUSIVITE



Encore une chronique qui va causer de contenu audiovisuel. Et longue, en plus. Z'êtes prévenus :-)

Or donc, disais-je, contenus audiovisuels. Non pas comme la dernière fois contenus produits par des internautes de manière propre, mais contenus audiovisuels au sens plus traditionnel du terme : films et oeuvres destinées à passer par les classiques circuits de distribution, télévision ou cinéma par exemple.

J'entends déjà des voix s'élever là bas dans le fond, demandant où est la différence. Bonne question. Pourquoi certaines productions peuvent recevoir une aide financière et d'autres pas, mystère. Mais bon, c'est la vie, et ce n'est pas notre propos ici et aujourd'hui. (Mais c'est une intéressante question, qu'il ne faut pas hésiter à poser à qui de droit.)

Le premier propos ici, ce sont les récentes propositions faites par certains organismes comme le CNC (Centre national de la cinématographie) de faire porter une partie du financement de ces oeuvres par les fournisseurs d'accès à internet.

Pourquoi pas, mais alors il conviendrait d'abord de s'assurer que ce financement soit équitablement et justement réparti entre *tous* les diffuseurs desdits programmes. Cela voudrait dire bien sûr les opérateurs satellites et hertziens, les câblo-opérateurs aussi. Et tous les autres distributeurs, du vidéo-club en passant par la grande surface qui propose à la vente ces programmes. Sinon, ce serait une pratique qui serait injuste, voire discriminatoire.

Et il faudrait ensuite que cette obligation soit associée à des droits. Comme par exemple celui de diffuser ces programmes. Parce qu'autrement, ce serait à nouveau à tout le moins injuste : il faudrait payer pour financer les programmes qui profiteraient à d'autres. Drôle de concept.

En d'autres termes, il s'agirait là d'instituer le « must offer », terme barbare s'il en est qui dit en substance que les propriétaires de contenu ont l'obligation de mettre ceux-ci à disposition (pas gratuitement nécessairement, hein, bien sûr) à tout distributeur qui en ferait la demande, dans des conditions non discriminatoire.

J'entends à nouveaux des voix s'élever là bas, devant cette fois, et plus dans le fond. Qui disent ici que c'est injuste, inacceptable, que cela nuit à la concurrence, toussa.

Pourtant, personne ne s'étonne de pouvoir, à partir de sa connexion à internet, accéder à (presque) tous les sites qui existent. Sans discrimination particulière selon qu'on utilise tel ou tel fournisseur.

Tout comme personne ne s'étonne de pouvoir appeler n'importe quel numéro de téléphone à partir de son combiné, quelque soit son opérateur. (Enfin, bon, je sais, je simplifie, certains 08 ne sont pas accessibles de partout, ne sont pas non plus éligibles à la sélection du transporteur, ce genre de chose, mais je digresse).

Bref, tout ça pour montrer que le principe du « must offer » est présent déjà, et ne semble guère poser de problème.

Pourquoi n'en serait-il pas de même avec la troisième composante des offres « triple play », i.e., les contenus audiovisuels ?

Imaginons quelques instants ce que serait l'alternative à ce « must offer ». Vous allez voir, c'est facile : c'est la situation actuelle, en fait, ce monde imaginé.

Cela veut dire que certains opérateurs vont lier des accords d'exclusivité avec certains fournisseurs de contenu. Ça existe déjà.

Cela veut aussi dire que certains opérateurs vont participer directement au financement de certains programmes. Et bien sûr négocier en conséquence des accords d'exclusivité, hein. Ce n'est pas un monde de bisounours philanthrope, hein.

À terme, donc, un poil de contenu commun (par exemple nos chaînes publiques), et le reste constitué par des contenus « exclusifs ».

En d'autres termes, pour autant qu'il existera encore plusieurs opérateurs, il faudra, pour l'utilisateur qui voudrait accéder aux contenus de son choix, s'abonner à l'ensemble des opérateurs.

Et comme les technologies de distributions mises en place actuellement (et à venir) ne sont *pas* conçues pour permettre l'utilisation *simultanée* de plusieurs opérateurs, ben, cela veut dire multiplication des accès et multiplications des équipements.

Très bien pour les vendeurs d'équipement, c'est vrai. Mais, et pour les utilisateurs ?

[Cette absence de « must offer » n'est pas uniquement problématique pour les opérateurs et pour les utilisateurs. Elle l'est aussi pour la libre création artistique. Vous savez, comme quand deux artistes liés à des maisons de disque concurrentes veulent travailler ensemble. Cela donne de jolies choses, comme des concerts qui ne peuvent pas avoir lieu parce que l'une des dites maison de disque refuse la participation de son poulain, par exemple.]

J'entends encore des voix là devant (non, je ne suis pas Jeanne d'Arc :)) qui disent que les exclusivités c'est nécessaire.

C'est vrai. Enfin, parler de nécessité est probablement plus qu'exagéré, mais il est exact qu'un peu d'exclusivité ne nuit pas. Tant que ces dites exclusivités sont encadrées dans la durée, dans leur importance, ce genre de chose.

Tant que les exclusivités ne représentent qu'une partie minime du revenu des fournisseurs de contenu, et tant qu'elles ne concernent qu'une partie minime également du catalogue et du volume des contenus mis à disposition, ce n'est pas nécessairement mauvais. En d'autres termes, tant que l'exclusivité reste exceptionnelle, rare. Trop d'exclusivité tue l'exclusivité.

Avant de conclure cette chronique il reste un dernier point à traiter pour assurer aux utilisateurs que nous sommes la diversité des contenus accessibles, et ce quel que soit le fournisseur d'accès choisit.

Nous avons vu que la contre-partie nécessaire à la participation des fournisseurs d'accès au financement de la création était la mise en place du « must offer » pour les fournisseurs de contenu bénéficiaires de cette participation financière.

Avec l'apparition d'énormes groupes détenant de grands catalogues, il convient de penser à protéger les « petits » fournisseurs de contenu.

Il pourrait en effet être tentant pour ces énormes groupes, qui parfois sont liés à des fournisseurs d'accès, d'étouffer ces petits fournisseurs de contenu. Simplement en refusant de diffuser leurs contenus. Sans diffusion, pas de revenus.

Ce moyen de protection existe. Il s'appelle le « must carry ». Rien à voir avec les dentistes. C'est le pendant de l'obligation faite aux fournisseurs de contenu de proposer leurs contenus aux opérateurs : l'obligation faite aux opérateurs de répondre favorablement et de manière non discriminatoire à toute demande des fournisseurs de contenu visant à permettre la diffusion d'iceux (les contenus, hein, pas les fournisseurs :)) sur le réseau.

Pour conclure, donc : oui au financement de la création par les diffuseurs (par *tous* les diffuseurs, pas juste les fournisseurs d'accès à internet), à condition qu'il soit associé aux obligations de « must offer » pour les fournisseurs de contenu et de « must carry » pour les fournisseurs d'accès.

C'est un triplé gagnant pour toutes les parties, fournisseur de contenu, fournisseur d'accès, et, surtout, utilisateurs.

Parce qu'in fine c'est ça le plus important, non ?

À bientôt,

Martin Lafaix,
Président de l'AdUF