

The Independents Voice

K E A N E W S L E T T E R N ° 1 2 - N O V E M B R E 2 0 0 7

Faire de la VoD une opportunité pour le cinéma européen

Les leçons à tirer du marché de la musique

Sept ans après le lancement de Napster, le secteur de la musique cherche toujours désespérément son modèle économique. Le chiffre d'affaires de la branche a perdu près de 50% en cinq ans. Ni le téléchargement payant, ni les autres activités liées à Internet n'ont été en mesure de compenser la baisse des ventes au niveau du commerce de détail. Les professionnels du cinéma méditent sur ce constat.

Le marché légal a été détrôné par le marché illégal, car il était plus facile pour les consommateurs de « voler » la musique que de l'« acheter ». D'une certaine façon, le secteur a laissé le marché lui échapper. La seule société qui a toutefois su créer un marché est, à la base, une société de technologie: Apple. Le succès de l'i-Pod en conjonction avec la mise sur le marché de iTunes a conféré à Apple une position dominante sur le marché du téléchargement de titres, provoquant une perte de contrôle de l'ensemble du secteur de la musique sur la distribution et, dans une certaine mesure, sur la fixation des prix.

Dans ce nouveau contexte d'affaires, la gestion et la concession de licences en vue de l'utilisation des enregistrements musicaux peuvent à terme devenir l'activité principale des maisons de disques surtout si le CD est amené à disparaître.

Les stratégies des maisons de disques en matière de gestion des licences relatives aux droits interactifs méritent considération. Les principaux acteurs du marché, tels que Universal, EMI, Warner Music et Sony-BMG ont pu passer des accords individuels avec des utilisateurs de poids tels qu'Apple, MTV ou Google pour l'exploitation de leurs enregistrements. Mais qu'est-il arrivé aux maisons de disques plus modestes dites indépendantes?

Individuellement, les maisons de disques indépendantes n'ont pas été en mesure de négocier des conditions équitables pour la distribution sous licence. Elles ont donc été forcées de prendre elles-mêmes en main leur destinée et d'envisager une négociation collective avec les utilisateurs.

Si elles ont dû adopter ce comportement, c'est parce que les utilisateurs en quête de contenus musicaux ne se donnaient pas la peine de frapper à toutes les portes pour identifier les titulaires des droits et solliciter une licence. En agissant collectivement et solidairement, les indépendants étaient capables de renforcer leur position de négociation et d'éviter d'être marginalisés sur les réseaux numériques. Ils sont mieux placés pour passer de bons accords avec des sociétés aussi puissantes que VIACOM ou GOOGLE.

À mon sens, cette approche constitue la meilleure façon de renforcer la situation des PME titulaires de droits afin de négocier et obtenir des conditions comparables à celles des multinationales en matière de concession de licences.

Collectivement, les maisons de disques indépendantes représentent entre 20 et 25% du marché, soit autant qu'une major. Elles devraient par conséquent être capables de négocier des conditions commerciales équivalentes et éviter ainsi d'être exclues ou discriminées sur le marché en ligne.

Une approche pour l'industrie cinématographique européenne

Concernant le développement de la vidéo à la demande (VoD), l'élément essentiel est la question de l'accès au marché. Comment permettre aux sociétés de production cinématographique – et notamment aux sociétés de production européennes, pour la plupart des petites ou moyennes entreprises – d'accéder à ce marché en ligne en pleine expansion? Les professionnels du cinéma n'auront pas d'autre choix que de s'acheminer vers un modèle de licences collectives, quel qu'il soit. Ceci est bien entendu inédit pour le secteur du cinéma, car ce dernier (contrairement à celui de la musique) a toujours fonctionné par le biais de contrats de licences individuelles. Les producteurs de films ne s'entendent pour agir collectivement que dans le cadre de l'exploitation des droits de retransmission sur le câble, via l'Association de gestion internationale collective des œuvres audiovisuelles (AGICOA)¹.

L'action collective ne devrait pas être rendue obligatoire. Le titulaire des droits doit pouvoir décider ce qui sert au mieux ses intérêts. Pour un film à succès, une licence individuelle sera sans doute plus pertinente qu'un accord collectif.

De l'importance de la taille

L'action collective s'imposera, au final, pour la majorité des sociétés de production cinématographique, dès lors qu'elles souhaiteront accéder au marché de la vidéo à la demande et peser sur son évolution en termes de diversité et de choix.

L'élément essentiel tient au fait que les sociétés en Europe ne sont pas intégrées verticalement – ou lorsqu'elles le sont, cette intégration est limitée à un seul territoire national et n'existe pas au niveau international. En Europe, par conséquent, les sociétés sont tenues de mettre leurs ressources et leurs catalogues en commun pour devenir des partenaires commerciaux intéressants aux yeux des utilisateurs (telcos, cablecos, FAIs) à la recherche de contenus. Une action collective, permettant un mode de concession de licences proche du service d'achats centralisés, servirait les intérêts des utilisateurs. Ces derniers, tout comme les propriétaires de plateformes, sont avides de contenus. Mais comment peuvent-ils obtenir des films européens? Si il leur faut une armée d'avocats pour négocier, société par société et pays par pays, ils risquent d'y renoncer rapidement.

La difficulté d'acquisition des licences pour l'exploitation des droits VoD constitue un frein au développement d'un marché légitime intégrant une offre significative d'œuvres européennes.

Les initiatives collectives existantes en Europe

Il est de la responsabilité des titulaires de droits d'auteur de faciliter l'obtention de licences. C'est la condition principale pour accéder aux plateformes, car ces dernières recherchent des contenus, une grande variété de contenus. Il convient de noter trois initiatives européennes.

La première initiative nous vient du Danemark. Quinze producteurs ont décidé de se fédérer en vue de conserver leurs droits sur la

1. <http://www.agicoa.org/>

The Independents Voice

VoD et de négocier collectivement avec l'opérateur de télécoms et les radiodiffuseurs danois. Ils peuvent choisir l'une des deux approches suivantes: la première consiste à conserver leurs droits sur la vidéo à la demande sans les vendre aux distributeurs ou pour une durée limitée; la seconde, à négocier tous ensemble l'accord le plus intéressant qui soit avec les opérateurs télécoms.

Le deuxième exemple concerne Universciné, en France, un modèle d'entreprise différent. Là où les Danois se sont contentés à ce jour de mettre en place une sorte de vecteur de négociation, Universciné rassemble 32 producteurs qui sont les actionnaires d'une plateforme de vidéo à la demande. Celle-ci entend être un portail pour les films produits de façon indépendante et permet ainsi de satisfaire la demande de films d'art et d'essai. Là encore, il s'agit d'une approche collective entreprise par 32 producteurs qui ont uni leurs forces pour garder le contrôle sur cette activité.

La troisième initiative représente sans doute le meilleur exemple d'une stratégie collective. Elle a été élaborée en Espagne par la société de gestion de droits d'auteur représentant les producteurs de cinéma et de télévision, l'*Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales* (EGEDA)². Les producteurs audiovisuels espagnols ont confié à l'EGEDA la mission de créer une plateforme de vidéo à la demande et de répondre aux attentes des consommateurs au moyen d'un système fiable et légal. Le site, appelé Filmotech.com, a été lancé en avril 2007. L'EGEDA est en outre mandatée pour négocier les contrats de licence avec les opérateurs téléphoniques, les radiodiffuseurs et les fournisseurs d'accès à Internet. Là encore, il s'agit d'une approche collective dans laquelle l'EGEDA a utilisé les redevances sur copie privée afin de créer un service qui pourrait devenir le modèle de demain pour valoriser la distribution numérique au profit des producteurs.

Une approche européenne?

Cette courte description de trois initiatives nationales est révélatrice de la fragmentation dans la gestion des droits en Europe. Il serait intéressant d'élaborer une approche européenne pour tirer profit de la situation du cinéma européen dans ce qui est devenu pour l'essentiel un marché international, en vue d'optimiser la circulation transfrontalière des films européens. À ce titre la Commission européenne devrait favoriser la mise en réseau européen de plateformes nationales ou la mise en commun de catalogues pour renforcer la position de négociation des titulaires de droits avec les plateformes qui vont à terme dominer le marché de la VoD.

Pris dans son ensemble, le cinéma européen détient une part de marché de 20 à 25% en Europe. En termes de part de marché, le cinéma européen est donc aussi important que Warner, Universal ou Disney. Cette position devrait permettre aux titulaires de droits européens de négocier avec les utilisateurs des conditions favorables de distribution sous licence et de contribuer au développement d'un marché légal, ce qui reste le meilleur moyen de contrecarrer le vol.

Les entreprises européennes ont à mon sens d'autres raisons de souhaiter l'expansion du marché en ligne. En effet Internet offre l'outil de distribution internationale qui leur fait défaut. C'est la théorie de la «longue traîne», qui illustre les avantages d'Internet sur les canaux de distribution traditionnels – et l'abolition de la «tyrannie de l'espace physique», qui condamne les films européens dans le système de distribution traditionnel.

Conclusion

Il incombe aux producteurs et réalisateurs européens de créer un marché légal, faute de quoi le marché de la vidéo à la demande sera supplanté par le piratage. Si l'industrie du film a été relativement préservée jusqu'à présent, c'est parce que le téléchargement d'un film requiert nettement plus de temps que celui d'un album. Mais ceci est amené à changer avec le développement des réseaux à large bande.

Les réalisateurs/producteurs ont tout à gagner du développement du marché, car ils ont intérêt à ce que ce marché rassemble le plus grand nombre de distributeurs numériques possibles. Ils doivent éviter que le marché de la VoD soit dominé par un ou deux acteurs. Plus leurs contenus seront disponibles de façon non exclusive, plus le marché comptera de participants et plus il sera concurrentiel.

Le succès financier de la vidéo à la demande dépend de la capacité des titulaires des droits à faciliter l'acquisition des licences grâce à des mécanismes d'achat de droits centralisés. Les revenus proviendront des contrats de licences des droits VoD conclus avec diverses plateformes nationales et internationales.

En effet il y a fort à parier que les plateformes de VoD qui rencontreront le plus grand succès feront l'objet d'une exploitation internationale. Il est impératif de faire en sorte que les films européens soient visibles via ces sites: YouTube, VIACOM, Google, Yahoo ou Apple seront à la tête du marché. Pour les Européens, l'accès à ces plateformes est réellement la clé.

Pour finir, j'aborderai le rôle des autorités publiques dans le développement du marché de la vidéo à la demande. Aujourd'hui, l'industrie européenne du cinéma dépend fortement du soutien de l'État, mais ce dernier est essentiellement axé sur la distribution traditionnelle, notamment en salles. Les aides étatiques ne permettent pas aux producteurs européens de prendre des risques sur Internet – la sortie sur Internet sans le respect des fenêtres d'exploitation traditionnelle par exemple constitue dans de nombreux pays européens un obstacle à l'obtention d'une aide à la distribution. C'est dommage! Nos PME pourraient être plus courageuses que les Majors Hollywoodiennes pour expérimenter les business models – la réglementation ne doit pas les freiner.

2. <http://www.egeda.es/>