

## LA SITUATION FINANCIÈRE DES ENTREPRISES DE TÉLÉVISION DE L'UNION EUROPÉENNE (1999-2004)

André Lange

De Boeck Supérieur | « Reflets et perspectives de la vie économique »

2005/4 Tome XLIV | pages 73 à 85

ISSN 0034-2971

ISBN 2-8041-4753-3

Article disponible en ligne à l'adresse :

---

<http://www.cairn.info/revue-reflets-et-perspectives-de-la-vie-economique-2005-4-page-73.htm>

---

!Pour citer cet article :

---

André Lange, « La situation financière des entreprises de télévision de l'Union européenne (1999-2004) », *Reflets et perspectives de la vie économique* 2005/4 (Tome XLIV), p. 73-85.  
DOI 10.3917/rpve.444.0073

---

Distribution électronique Cairn.info pour De Boeck Supérieur.

© De Boeck Supérieur. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

---

# La situation financière des entreprises de télévision de l'Union européenne (1999-2004)

André Lange<sup>1</sup>

Après des années 2001-2002 marquées par des pertes importantes, la situation des entreprises de télévision de l'Union européenne (EUR 25) s'est généralement améliorée en 2003 et 2004. Les recettes des entreprises de télévision ont augmenté de 10 milliards d'euros entre 1999 et 2003, pour atteindre 64,5 milliards en 2003, soit un rythme de croissance annuel moyen de 4,4 %. La marge bénéficiaire de la branche est redevenue légèrement positive (0,4 % contre -5,7 % en 2001 et -3,7 % en 2002), mais le déficit net reste significatif : 2,4 milliards d'euros contre 4,7 en 2001 et 3,1 en 2002.

## 1 UN NOMBRE CROISSANT D'ENTREPRISES SUR LE MARCHÉ MAIS UN NOMBRE ÉLEVÉ DE FAILLITES ET DE FUSIONS

L'Observatoire européen de l'audiovisuel a analysé les comptes de résultats et les bilans de près de 550 entreprises de télévision pour les années 1999-2003. Les données disponibles pour 2004 ne sont pas encore disponibles en nombre suffisant pour proposer une analyse sur cette année, mais tout indique que le redressement financier de la branche s'est confirmé.

Les entreprises de télévision sont classées par l'Observatoire en six grandes familles :

- entreprises publiques de radio-télévision (SPTV) : cette famille inclut les grandes entreprises classiques de service public éditrices de chaînes généralistes, nationales ou régionales mais aussi leurs filiales de diffusion de chaînes thématiques. Le plus souvent, les activités de radio sont incluses dans les comptes d'entreprises intégrées (BBC, RAI, ARD...). Les comptes des entreprises de radio (Radio France, Sveriges Radio, etc.) n'ont pas été pris en considération ;

---

1. Responsable du département « Informations sur les marchés et les financements », Observatoire européen de l'audiovisuel, Conseil de l'Europe, Strasbourg.

- entreprises privées financées par la publicité (ADTV) : cette famille inclut les chaînes généralistes, le plus souvent diffusées par voie hertzienne terrestre ;
- entreprises de diffusion de chaînes de films à péage (PAY TV) : cette famille inclut les chaînes de la famille Canal+, mais non les entreprises qui sont avant tout des entreprises éditrices de bouquets de chaînes ;
- entreprises éditrices de bouquets de chaînes (PACKTV). Ces entreprises peuvent proposer des bouquets diffusés par satellite (BskyB, Canalsatellite, TPS...) ou en télévision numérique terrestre (les défunctes ITV Digital et Quiero, Senda i Sverige...). En revanche, pour diverses raisons méthodologiques, nous n'avons pu inclure les opérateurs de câble dans le calcul ;
- entreprises éditrices de chaînes thématiques (THTV). Ces entreprises se spécialisent dans l'édition d'une ou plusieurs chaînes thématiques ciblant un marché national ou plusieurs marchés européens ;
- entreprises éditrices de chaînes ou de programmes de télé-achat (HSTV). Il peut s'agir d'entreprises de diffusion proprement dite (QVC, HSN, ...) ou des filiales de télé-achat de diffuseurs.

**Tableau 1 : Nombre d'entreprises de télévision de l'Union européenne dans l'échantillon étudié par l'Observatoire européen de l'audiovisuel (1999-2003)**

	1999	2000	2001	2002	2003
SPTV	74	76	80	81	79
ADTV	81	82	79	79	76
PAYTV	25	26	27	26	27
PACKTV	33	35	36	33	36
THTV	159	197	218	233	236
HSTV	30	33	30	35	35
<b>Total</b>	<b>402</b>	<b>449</b>	<b>470</b>	<b>487</b>	<b>489</b>

Le nombre d'entreprises en activité a augmenté de 87 en quatre ans. En fait, 155 entreprises nouvelles ont été créées tandis que 68 entreprises ont cessé leurs activités ou ont été absorbées. C'est essentiellement la famille des entreprises éditrices de chaînes thématiques qui s'est le plus développée – mais qui est également caractérisée par la plus forte fragilité<sup>2</sup>.

2. L'analyse est élaborée, à quelques rares exceptions près, sur les comptes non consolidés des entreprises afin de coller au plus près à l'activité de diffuseurs en excluant les activités des filiales de production, de distribution ou de transmission. La population analysée n'inclut pas l'ensemble des entreprises éditrices de l'Union européenne, dont le nombre total est estimé à environ 720. Mais la grande majorité des entreprises non incluses dans l'échantillon analysé par l'Observatoire sont éditrices de petites chaînes thématiques quasi inexistantes sur le marché et dont le poids économique est minime. L'Observatoire considère son échantillon comme parfaitement représentatif du marché. Il se réjouit d'ailleurs de l'effort de transparence accompli ces dernières années par les diffuseurs. Les cas où des estimations ont été nécessaires pour combler des lacunes d'information sont relativement peu importants.

## 2 DES RYTHMES DE CROISSANCE VARIÉS SUIVANT LES PAYS

Le Royaume-Uni est, de loin, le pays dont les recettes des entreprises de télévision sont les plus importantes : 17,3 milliards d'euros en 2003 contre 13,6 milliards pour l'Allemagne, 10,5 milliards pour la France et 7,6 milliards pour l'Italie. Cela s'explique à la fois par l'importance du financement du service public, le haut niveau de développement de la télévision numérique et de l'offre multichaîne mais également par le fait que de nombreuses entreprises à vocation pan-européenne sont établies en Grande-Bretagne<sup>3</sup>.

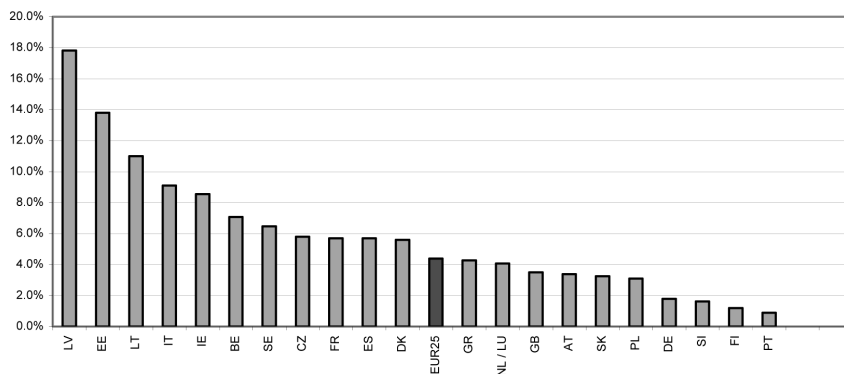
**Tableau 2 : Produit d'exploitation des entreprises de télévision de l'Union européenne (1999-2003)**

	1999	2000	2001	2002	2003
<b>GB</b>	15 077 283	16 635 532	17 877 253	17 225 398	17 268 269
<b>DE</b>	12 626 897	13 526 700	13 772 000	13 806 111	13 583 899
<b>FR</b>	8 415 658	9 361 000	9 686 000	10 020 131	10 507 285
<b>IT</b>	5 349 582	5 992 117	6 129 108	6 313 221	7 580 650
<b>ES</b>	3 824 581	4 304 234	4 457 549	4 497 706	4 777 624
<b>NL / LU</b>	1 768 489	1 880 000	2 016 000	2 092 274	2 075 105
<b>SE</b>	1 011 630	1 069 791	1 080 744	1 205 736	1 300 418
<b>BE</b>	968 771	1 076 217	1 097 110	1 185 208	1 273 124
<b>AT</b>	857 349	944 499	928 860	930 151	979 398
<b>GR</b>	760 209	881 833	866 933	909 475	898 941
<b>DK</b>	715 084	793 849	823 052	856 687	888 700
<b>PL</b>	763 004	986 292	1 151 026	1 023 188	862 386
<b>FI</b>	554 121	580 160	581 059	578 182	581 091
<b>PT</b>	401 237	428 320	426 625	389 518	415 780
<b>CZ</b>	283 759	284 026	312 879	330 769	354 891
<b>IE</b>	250 973	263 646	278 846	313 778	348 468
<b>HU</b>	207 721	244 676	276 068	305 737	n.c.
<b>SI</b>	126 492	135 149	144 373	141 181	134 890
<b>SK</b>	68 668	69 436	78 474	74 396	78 035
<b>LT</b>	21 169	23 657	28 107	30 208	32 134
<b>LV</b>	14 383	21 979	22 118	21 015	27 711
<b>EE</b>	15 944	16 011	15 828	22 852	26 734
<b>MT</b>	8 812	9 078	8 729	8 179	7 908
<b>CY</b>	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.	n.c.
<b>EUR 25</b>	<b>54 093 815</b>	<b>59 530 202</b>	<b>62 060 742</b>	<b>62 283 103</b>	<b>64 292 515</b>

Source : Milliers EUR

3. L'Observatoire évalue à un peu plus de 800 millions d'euros le produit d'exploitation réalisé en 2003 par les entreprises éditrices de chaînes à vocation pan-européenne ou internationale établies au Royaume-Uni (BBC World Services non inclus). Ce montant était de l'ordre de 974 millions d'euros mais s'est réduit notamment suite à la relocalisation de la chaîne flamande VT-4 en Belgique.

**Graphique 1 : Taux de croissance annuel moyen des entreprises de télévision dans l'Union européenne (EUR 25 - 1999-2003) en %**



Source : Observatoire européen de l'audiovisuel

La croissance annuelle moyenne de 4,4 % doit être considérée comme relativement faible, au regard des taux à deux chiffres qui ont caractérisé la branche dans les années 1980-1990 et qui étaient encore de 10 % en 2000. La croissance la plus faible a été enregistrée en 2002 (0,4 %) pour remonter à 3,2 % en 2003. Parmi les grands pays, seule la France a connu un taux de croissance moyen supérieur à celui de la moyenne européenne (5,7 %), mais, dans ce pays, la croissance stimulée au début de la décennie par la montée en puissance des bouquets thématiques et des chaînes thématiques tend comme ailleurs à se ralentir. L'Allemagne a enregistré une récession de 1,6 % en 2003, due essentiellement à une récession du marché publicitaire. La récession apparente des marchés britanniques et polonais s'explique en fait par la conversion en euros. Les recettes des entreprises britanniques sont passées de 10,8 milliards de GBP en 2001 à 12,2 milliards en 2003. En monnaie nationale le marché polonais est plutôt stable sur les années 2001-2003 à 4,1 milliard de PLN.

Les taux de croissance moyens les plus forts sont enregistrés dans les États baltes, grâce au renforcement du financement du service public, au développement du marché publicitaire et au relatif renforcement des monnaies nationales. La bonne tenue du marché italien s'explique en grande partie par le remarquable démarrage de la nouvelle plate-forme Sky Italia, née de la fusion de Stream et de Telespù et qui se classe d'emblée comme la dixième entreprise européenne. La croissance du marché en Belgique s'explique en partie par le rapatriement de la chaîne flamande VT-4, anciennement établie à Londres et par le développement de chaînes thématiques nationales. La croissance faible du marché au Portugal s'explique par la récession du marché publicitaire et l'affaiblissement des recettes du service public. Il est à noter cependant que les chiffres relatifs au Portugal

n'intègrent pas le remarquable développement des activités dans le domaine de la télévision de PT-Multimédia<sup>4</sup>.

**Tableau 3 : Produit d'exploitation des diverses familles d'entreprises de télévision de l'Union européenne (1999-2003)**

	1999	2000	2001	2002	2003
SPTV	25 188 375	26 068 185	27 171 695	27 357 839	27 440 565
ADTV	17 272 044	19 479 894	19 001 825	18 220 058	18 292 527
PAY TV	3 156 856	3 343 030	3 641 581	3 698 639	3 332 345
PACKTV	5 153 822	6 724 909	7 646 472	8 221 956	10 274 679
THTV	2 290 292	2 732 000	3 247 638	3 374 132	3 405 301
HSTV	1 152 060	1 324 325	1 465 000	1 659 117	1 782 814
<b>Total</b>	<b>54 213 449</b>	<b>59 672 343</b>	<b>62 174 211</b>	<b>62 531 741</b>	<b>64 528 231</b>

Milliers €

Source : Observatoire européen de l'audiovisuel

### 3 DES SITUATIONS FINANCIÈRES TRÈS DIVERSIFIÉES SUIVANT LES PAYS

Considérée dans son ensemble, la situation financière de la branche des entreprises de télévision de l'Union européenne s'est nettement améliorée en 2003 et les premiers chiffres disponibles pour 2004 confirment généralement cette tendance. Trois explications d'ensemble peuvent être avancées :

– Après la récession générale de l'économie européenne en 2001, se traduisant en particulier par une récession des investissements publicitaires, la croissance de l'économie a repris et les recettes publicitaires sont revenues dans la plupart des pays (à l'exception notable de l'Allemagne). Par ailleurs, les entreprises éditrices de bouquet numérique (après les faillites retentissantes de ITV Digital au Royaume-Uni et de Quiero en Espagne et les fusions de plates-formes satellitaires en Allemagne, en Espagne, en Italie et en Pologne) atteignent progressivement leur seuil de rentabilité.

– Les coûts d'exploitation ont été réduits. Cela se traduit par une amélioration sensible de la marge d'exploitation, passée de – 3,8 % en 2001 à 0,5 % en 2003. L'Observatoire ne dispose pas d'informations suffisamment complètes pour analyser de manière détaillée cette réduction des coûts d'exploitation. On peut cependant supposer que la fusion dans plusieurs pays de plates-formes numériques a

4. Filiale du groupe Portugal Telecom, PT-Multimedia n'est pas intégrée dans nos calculs car ses activités principales, à travers TV-Cabo, sont dans le domaine de la distribution par câble, y compris les services Internet. PT-Multimedia est également un ensemble de programmes TV et un éditeur de chaînes thématiques, mais des comptes distincts ne sont pas disponibles pour ces activités. Le chiffre d'affaires d'activités de télévision de PT-Multimedia est passé de 145,8 millions d'euros en 1999 à 409,9 en 2004.

conduit à un relatif apaisement des coûts d'acquisition de programmes. Par ailleurs, en dépit de quelques lacunes, l'Observatoire a pu analyser de manière détaillée l'emploi permanent dans les entreprises de télévision de l'Union européenne : si le volume total s'est accru de 189,8 milliers en 1999 à 196,6 en 2003 (soit + 3,6 % sur la période), les effectifs avaient atteint 198,4 milliers en 2001, soit une contraction de 1,8 milliers d'emplois en deux ans<sup>5</sup>.

– Les déficits des opérations financières ont été réduits de 1,4 milliard d'euros en 1999 à 120 millions d'euros en 2003<sup>6</sup>.

**Tableau 4 : Marge bénéficiaire des systèmes télévisuels nationaux de l'Union européenne (1999-2003)**

	1999	2000	2001	2002	2003
<b>DK</b>	-2,0	1,1	1,3	-0,8	10,4
<b>FR</b>	3,2	5,9	6,7	5,7	5,4
<b>SE</b>	-4,4	-3,0	-9,2	-4,1	4,4
<b>EE</b>	-53	-31,1	-18,5	0,3	4,1
<b>GB</b>	1,3	-2,8	-7,9	-3,7	3,3
<b>DE</b>	1,1	0,9	-3,0	2,4	2,2
<b>IE</b>	37,59	-5,38	-16,32	-7,39	0,30
<b>BE</b>	0,6	3,8	-0,1	-0,3	-1,7
<b>PL</b>	-10,5	-18,1	-18,3	-42,3	-1,2
<b>AT</b>	1,9	-2,4	-1,3	-5,1	-3,7
<b>NL</b>	0,2	1,6	-7,2	-5,4	n.a.
<b>IT</b>	-4,2	-7,2	-12,1	-10,6	-6,9
<b>GR</b>	1,9	-0,5	-2,4	-5,2	-7,2
<b>FI</b>	-7,9	-9,8	-29,3	-21,9	-11,3
<b>ES</b>	-13,8	-16,2	-24,1	-23,6	-15,4
<b>PT</b>	-20,9	-30,0	-70,5	-57,6	-17,5

Source : Observatoire européen de l'audiovisuel

Si l'on examine à présent la situation pays par pays, on se rend compte que les situations sont extrêmement diverses. Le système télévisuel français, malgré une triple polarisation de concurrence (secteur privé vs secteur public, TF1 vs M6 sur le marché publicitaire et Canal Satellite vs TPS sur le marché de la télévision numérique), a connu des marges bénéficiaires relativement stables, culminant à 6,7 % en 2001. Le système allemand est lui aussi relativement stable dans sa rentabilité,

5. Il est à noter que l'évaluation de l'emploi permanent inclut les télévisions locales et les petites télévisions régionales qui n'ont pas été prises en considération par ailleurs.
6. Notons cependant que le maintien d'un résultat net largement négatif alors que les résultats avant taxation sont devenus positifs traduit un accroissement du déficit des opérations exceptionnelles, toujours difficiles à analyser dans le cas des entreprises de télévision.

avec cependant une année négative en 2001. La rentabilité du système britannique a par contre été lourdement marquée par la faillite de ITV Digital, ses effets combinés avec la crise du marché publicitaire sur la famille des entreprises régionales de ITV (d'ailleurs amenée à un processus important de concentration), la situation toujours déficitaire de BskyB et des années difficiles pour la BBC. En Italie, les deux opérateurs principaux RAI et RTI (la filiale de diffusion du groupe Mediaset) ont connu des années relativement sereines du point de vue financier, mais la rentabilité du système télévisuel national a été grevée par le déficit des deux plates-formes numériques et des chaînes thématiques.

La Finlande connaît depuis plusieurs années une situation déficitaire à la fois des opérateurs privés et du radiodiffuseur public, mais, si l'on en croit certains managers finlandais, il s'agit là d'un déficit planifié et relativement maîtrisé correspondant à la période d'implantation de la télévision numérique terrestre. La situation est toute différente en Espagne et au Portugal, qui ont en commun un déficit structurel important des entreprises publiques (y compris, dans le cas de l'Espagne, des entreprises de télévision des Communautés autonomes). En Espagne, les deux chaînes publicitaires privées (Antena 3 et Telecinco) ont des marges appréciables, mais les effets négatifs de la concurrence entre les deux plates-formes de télévision numérique satellitaire (Via Digital et Canal Satellite) avant leur fusion ont été considérables. Au Portugal, les deux chaînes publicitaires privées (SIC et TVI) ont été fortement affectées par la récession du marché publicitaire. La situation du système portugais semble s'être rétablie en 2004 (marge bénéficiaire positive de 2,7 %) après un début d'assainissement de la RTP et une reprise du marché publicitaire.

## **4 LES ENTREPRISES ÉDITRICES DE BOUQUETS NUMÉRIQUES TIRENT LE MARCHÉ**

La famille des entreprises éditrices de bouquets numériques (PACKTV), avec un taux de croissance annuel moyen de 18,8 %, est celle qui a le plus contribué à la croissance du marché. Cette croissance, très forte au début de la période considérée (30,5 %), s'est essouffée en 2002 (7,5 %), a repris en 2003 (25 %) mais devrait à nouveau se tasser en 2004 (entre 3 et 4 %), une fois amorti l'effet de démarrage de Sky Italia. En se basant sur les données disponibles relatives aux résultats de quatre entreprises en 2004, cette famille d'opérateurs devrait cependant être la première année bénéficiaire avec une marge bénéficiaire de l'ordre de 6 % contre -4,5 % en 2003. Le développement d'une offre multichaîne gratuite par le biais de la télévision numérique terrestre pourrait cependant dans les années à venir enrayer la croissance des plates-formes numériques payantes. En juin 2005, la presse française s'est fait l'écho du souhait du groupe M6 de céder sa part dans la plate-forme TPS, confrontée à un tassement significatif des abonnements au moment du lancement de la télévision numérique terrestre et aux avantages acquis par son concurrent Canal+/Canal Satellite dans l'acquisition des droits du championnat de football (pour un montant de 600 millions d'euros par an). Pour la première fois durant le premier semestre 2005, TPS a enregistré un recul d'environ 3000 unités du nombre de ses abonnés.



**Tableau 5 : Taux de croissance des diverses familles d'entreprises de télévision de l'Union européenne (EUR 25 - 1999-2003), en %**

	2000/1999	2001/2000	2002/2001	2003/2002
SPTV	3,5 %	4,2 %	0,7 %	0,3 %
ADTV	12,8 %	-2,5 %	-4,1 %	0,4 %
PAYTV	5,9 %	8,9 %	1,6 %	-9,9 %
PACKTV	30,5 %	13,7 %	7,5 %	25,0 %
THTV	19,3 %	18,9 %	3,9 %	0,9 %
HSTV	15,0 %	10,6 %	13,3 %	7,5 %
<b>Total</b>	<b>10,1 %</b>	<b>4,2 %</b>	<b>0,6 %</b>	<b>3,2 %</b>

Source : Observatoire européen de l'audiovisuel

**Tableau 6 : Marge bénéficiaire des différentes familles d'entreprises de télévision de l'Union européenne (1999-2003), en %**

	1999	2000	2001	2002	2003
SPTTV	-1,5	-2,7	-2,7	-4,6	-1,5
ADTV	15,2	18,0	9,6	7,2	10,2
PAYTV	-0,1	-3,9	-2,6	-1,7	4,5
PACKTV	-45,4	-49,7	-49,5	-22,8	-9,6
THTV	-6,1	-12,2	-19,7	-10,1	-10,8
HSTV	0,1	-5,5	-8,4	-5,6	-0,9
<b>Total</b>	<b>-0,5</b>	<b>-1,8</b>	<b>-5,7</b>	<b>-3,7</b>	<b>0,4</b>

Source : Observatoire européen de l'audiovisuel

Les chaînes thématiques et les chaînes de télé-achat ont connu dans les années 1999-2001 des taux de croissance importants, liés à la montée en puissance des plates-formes numériques qui les distribuent. Mais leurs taux de croissance ont néanmoins été plus faibles en fin de période. La croissance des chaînes thématiques s'est essouffée en 2002 (3,9 %) et a été pratiquement nulle en 2003 (0,9 %). Comme nous l'avons signalé, à l'exception de quelques entreprises solidement établies (telles que Eurosport, Turner Broadcasting System Europe, ABSat...), la plupart de ces entreprises sont très fragiles financièrement et explorent des marchés de niches très étroites. La marge bénéficiaire de cette famille d'entreprises n'enregistre d'ailleurs aucune amélioration tendancielle. À l'inverse, les entreprises de télé-achat dont les marges s'étaient détériorées en 2000 et 2001 semblent avoir pris le chemin de la rentabilité.

La catégorie des entreprises de télévision à péage spécialisées dans le cinéma (nous incluons dans cette famille Canal+, bien qu'il s'agisse en fait d'un modèle de chaîne hybride mêlant cinéma, sports et divertissement) est devenue difficile à traiter, dès lors que certaines de ces entreprises (en Belgique, aux Pays-Bas et en Italie) ont été remplacées par des entreprises que nous classons dans la catégorie des éditeurs de bouquets. Par ailleurs, dans certains cas, le créneau des chaînes de films à péage est occupé partiellement par des entreprises éditrices de bouquets (BskyB, Sky Italia, TPS, Premiere...) et la comptabilité individuelle de ces chaînes n'est pas disponible. L'effet de récession enregistré en 2003 et la croissance moyenne faible sur la période doivent être partiellement interprétés en fonction de ces questions méthodologiques.

## 5 LES TÉLÉVISIONS PUBLICITAIRES ATTEINTES PAR LA RÉCESSION

La faible croissance moyenne sur la période (1,4 %) des entreprises de télévision financée par la publicité s'explique par contre, elle, de manière très claire par la récession du marché publicitaire en 2001 et 2002 et sa très faible reprise en 2003. La famille des entreprises financées par la publicité est cependant restée la seule rentable sur l'ensemble de la période, mais avec une chute significative de sa marge bénéficiaire de 18 % en 2000 à 7,2 % en 2002. Le taux de retour sur fonds propres s'est également effondré de 66,3 % en 2000 à 22,1 % en 2002, remontant à 28,4 % en 2003.

Pour 2004, les premiers chiffres disponibles indiquent une reprise certaine, et, sur base des données disponibles, nous estimons la croissance à 5,5 %. Au Royaume-Uni, le nouveau groupe ITV PLC a annoncé une croissance *pro forma* de + 4,7 %. En France, TF1 S.A. a enregistré une croissance de 7,1 %. Le RTL Group a annoncé une récession de 0,8 % de ses recettes « Télévision » : aux Pays-Bas, RTL Nederland a enregistré une croissance de 5,39 % de son produit opérationnel mais en France la croissance de M6 a été seulement de 2,6 %. Les recettes de RTL Deutschland ont baissé de 2,7 %. Par contre, les recettes du groupe RTL ont augmenté de 12,8 % en Belgique et celles de Channel Five au Royaume-Uni de 10,4 %. En Allemagne encore, la croissance de Prosiebensat.1 Media AG (consolidant les résultats de Pro 7, Sat.1, Kabel 1 et N24) a été de 1,03 % seulement. Au Portugal, les produits opérationnels de la SIC (non consolidé) et de TVI ont augmenté respectivement de 12,7 % et de 7,5 %. Mediaset annonce une croissance de 9,1 % de ses recettes publicitaires italiennes et une croissance de 20,8 % des recettes de Telecinco en Espagne. En Espagne également, Antena 3 a annoncé une croissance de sa société mère de 29,4 %. Central European Media, le groupe de Richard Lauder qui contrôle les entreprises leaders dans plusieurs pays d'Europe centrale, a annoncé une croissance exceptionnelle de ses recettes de 40 % en 2004. Enfin, le groupe SBS Broadcasting S.A., qui possède 16 chaînes de télévision en Europe, a annoncé un chiffre d'affaires 2004 de 676 millions d'euros, en augmentation de 16,6 % par rapport à l'année précédente.

## 6 LE FINANCEMENT DES ENTREPRISES PUBLIQUES EN DÉBAT

Il existe à présent en Europe un large consensus politique pour considérer qu'un service public de radio-télévision est nécessaire dans chaque pays, consensus qui n'était pas aussi évident dans les années 1980-1990. Différents textes du Conseil de l'Europe, du Parlement européen et de la Commission européenne, ainsi que le « Protocole d'Amsterdam » adopté en 1998 par le Conseil des ministres de l'Union européenne, témoignent de cela. Le « protocole d'Amsterdam » adopté en 1998 par les États membres de l'Union européenne reconnaît que le « service public dans les États membres est directement lié aux besoins démocratiques, sociaux et culturels de chaque société ainsi qu'à la nécessité de préserver le pluralisme dans les médias ». Le service public de radio-télévision peut avant tout se définir par ses missions, qui concernent généralement l'information, la culture, la formation, l'organisation du pluralisme, la promotion des cultures minoritaires... Dans plusieurs pays -dans les pays nordiques et au Royaume-Uni notamment -, il a été reconnu que le service public avait un rôle majeur à jouer dans le développement de la télévision numérique terrestre.

Les entreprises publiques de télévision ont connu une croissance moyenne de 2,2 % sur la période, mais avec des taux très faibles en 2002 et 2003 (0,7 et 0,3 %). Les entreprises des pays baltes ont connu les croissances moyennes les plus significatives (39,9 % en Lettonie, 22,2 % en Estonie, 6,6 % en Lituanie), tandis qu'en Europe occidentale, la croissance était la plus affirmée en Irlande, en France, au Danemark et en Belgique. En Pologne, la TVP a vu ses recettes réduites en moyenne de 2,7 % sur la période, tandis qu'au Portugal la RTP voyait ses recettes décliner de 5,1 %. En 2004 cependant, la situation de la RTP s'est largement rétablie grâce à une augmentation de ses recettes de l'ordre de 31,5 %. Un indicateur tel que la marge bénéficiaire a certes moins de signification pour les entreprises publiques, dont le profit n'est pas l'objectif. Il n'en reste pas moins que la marge bénéficiaire de l'ensemble des entreprises publiques de l'Union européenne est restée négative pendant toute la période 1999-2003, indiquant une situation structurellement déficitaire.

Ceci dit, dans la réalité, la situation des chaînes de télévision de service public est extrêmement différente suivant les pays. Au Danemark, les cinq chaînes de service public ont encore obtenu 69,3 % de part de marché en 2004, mais dans les pays baltes ou en Grèce, le service public est à moins de 20 %. Dans les grands pays, depuis le début de la décennie, l'audience du service public est relativement stable : en Espagne et en Pologne, elle oscille entre 49 et 51 %, au Royaume-Uni entre 48 et 47 %, en Allemagne entre 43 et 44 %, en France entre 42 et 41 %, en Italie entre 47 et 44 %. Cette stabilité en termes de parts de marché est généralement obtenue grâce à l'appoint d'audience des chaînes thématiques créées par les organismes de service public et qui leur permettent d'être présentes de manière novatrice dans les bouquets du câble, du satellite ou de la télévision numérique terrestre. Les chaînes ou les fenêtres régionales contribuent aussi souvent à la stabilité du service public. Un des enjeux importants du service public pour l'avenir est donc de continuer à être présent sur les nouvelles niches de

marché créées par la télévision numérique. C'est aussi souvent un des terrains de polémique avec les opérateurs privés.

Dans ce contexte, le problème principal que devra affronter le service public à l'avenir est probablement celui de son financement. Nos analyses des comptes des organismes publics indiquent une tendance à la dégradation de la situation financière du secteur public de radio-télévision européen, dont les pertes nettes sont passées de 236 millions EUR en 1999 à 1,5 milliard en 2002, avant de se résorber à 366,4 millions en 2003. La santé financière du service public est très variable suivant les pays : elle est généralement bonne en France et en Italie, mais elle est dramatique en Espagne où la RTVE et la plupart des chaînes autonomiques sont en déficit structurel. En 2004, le groupe RTVE a enregistré un déficit net de 751,4 millions d'euros pour des recettes de 874,4 millions d'euros. Au Portugal, la situation de Radio e Televisão de Portugal s'améliore avec un déficit net en 2004 réduit à 14,4 millions d'euros (contre 205,8 millions en 2003), grâce à une augmentation significative des financements publics (+ 17,1 % en 2003). Au Royaume-Uni, les annonces de licenciements massifs à la BBC confirment une dégradation de la situation alors que la santé de Channel 4 (dont on oublie trop souvent qu'il s'agit d'un organisme public) est plutôt florissante. Le déficit net du BBC Group pour l'année 2004-2005 était encore de 273,7 millions EUR (une amélioration en comparaison des 456,1 millions de 2002-2003 et des 373,5 millions de 2003-2004, mais néanmoins une illustration des coûts élevés induits par les développements de la télévision numérique). Soulignons que, dans les pays d'Europe centrale, à l'exception de la Pologne et des États baltes, la situation du service public est particulièrement dramatique, tant du point de vue financier qu'en position sur le marché d'audience.

Le secteur public de la radio-télévision en Europe a des structures de financement très diverses suivant les pays, mais que l'on peut regrouper en deux grands pôles : les recettes publiques (redevance ou financement direct sur le budget public) d'une part et d'autre part les recettes commerciales (publicité, ventes de programmes, de livres, de disques, et, depuis quelques années, recettes des chaînes à péage). Pour des comparaisons pertinentes, il faut comparer le financement de l'ensemble des entreprises publiques d'un pays avec l'ensemble des entreprises d'un autre. Comparer le financement de France-Télévisions avec celui de la BBC a peu de sens : d'une part la BBC fournit des services de radio, d'autre part, le secteur public au Royaume-Uni, c'est également le Channel 4 Group (financé par la publicité et par ses chaînes à péage) et la chaîne galloise S4C. En France, le service public, c'est également Radio France, RFI, RFO, l'INA, TV5, Arte... Si l'on considère l'équation complète du financement du secteur public, la proportion entre recettes publiques et commerciales du système français et du système britannique est sensiblement la même.

En ce qui concerne le financement public, le choix entre la méthode la plus classique (la redevance) et le financement sur le budget de l'État fait débat. Plusieurs pays ou territoires (le Portugal, les Pays-Bas, la Flandre et la Région bruxelloise) ont, ces dernières années, remplacé la redevance par un financement public sur le budget de l'État. Cette méthode peut permettre l'économie des coûts de la collecte de la redevance mais les diffuseurs publics considèrent généralement

qu'elle accroît leur dépendance vis-à-vis des pouvoirs publics. L'exemple des Pays-Bas ou du Portugal montre également qu'elle conduit à une récession des recettes.

Suite à un ensemble de plaintes déposées par les entreprises privées, la Commission européenne s'est penchée depuis plusieurs années sur la compatibilité du financement des entreprises de service public avec le droit communautaire de la concurrence. Le problème est que, de plus en plus, les organismes de ce secteur public de radio-télévision proposent des services commerciaux, qui ne sont pas nécessairement considérés par l'ensemble des acteurs comme relevant des missions de service public. Dans un nombre important de pays de l'Union européenne, les chaînes privées ont attaqué les organismes publics, soit devant des tribunaux nationaux, soit auprès de la Commission européenne. L'accusation est généralement que les organismes publics utilisent les financements publics (analysés comme des aides d'État) pour renforcer leurs activités commerciales de manière indue.

Dans une Communication de 2001, la Commission européenne a clairement indiqué que le financement public des diffuseurs de service public n'était pas contraire à l'article 87(1) du Traité et qu'il appartenait aux États membres de définir clairement les missions de service public de leurs diffuseurs. La Commission européenne a adopté une communication précisant les conditions d'application des règles relatives aux aides d'État aux services publics nationaux de radiodiffusion, conformément au Protocole et à l'article 86, paragraphe 2, du Traité CE. Ce texte fixe les critères auxquels les financements publics accordés à l'audiovisuel public doivent satisfaire. Il y est notamment précisé que ces financements doivent être proportionnés aux coûts d'exécution de la mission de service public confiée à leur bénéficiaire. Le financement des radiodiffuseurs publics ne doit pas excéder le strict minimum nécessaire pour garantir la bonne exécution de la mission de service public, ne doit pas indûment bénéficier à des activités commerciales et doit être transparent.

La communication de la Commission rappelle en outre qu'une séparation doit être opérée au plan comptable entre les activités de service public des chaînes et des radios publiques, c'est-à-dire les activités liées à la radiodiffusion proprement dite, et leurs activités commerciales, par exemple en matière de publicité. La communication tient également compte de la situation particulière des systèmes de financement institués par de nombreux États membres avant l'entrée en vigueur du Traité CE dans ces États. La Commission fait donc une distinction entre les financements publics classiques et les aides plus récentes.

Suite aux plaintes introduites par les diffuseurs privés, la Commission a été amenée à examiner un certain nombre de plaintes. En avril 2005, la Commission a mis fin aux enquêtes entreprises fin 2003 concernant les radiodiffuseurs publics en France, en Italie et en Espagne, les différents gouvernements ayant entrepris les réformes demandées. La question était particulièrement importante en Espagne, où l'État espagnol garantissait la dette -considérable- de la RTVE. En mars 2005, la Commission a demandé des éclaircissements à l'Allemagne, à l'Irlande et aux Pays-Bas sur la mission et le financement des organismes publics. L'affaire la plus significative concerne cependant l'entreprise TV2 au Danemark. En mai 2004, la

Commission a exigé le remboursement à l'État danois de 84,4 millions d'euros d'aides considérées comme illicites. En octobre 2004, la Commission a accepté un plan de remboursement conduisant à une recapitalisation et à une privation de l'entreprise, ainsi qu'à la fin de l'octroi de montants issus de la redevance. Mais en janvier 2005, deux chaînes privées ont introduit un recours contre cette décision devant le Tribunal de première instance de la Cour européenne de Luxembourg.

Il est significatif que les plaintes introduites par les chaînes privées portent notamment sur le financement et l'ampleur des sites internet, le lancement de services SMS ou le financement de chaînes thématiques, c'est-à-dire sur les nouveaux services. En Suède, la Commission a également mis en question le monopole de Teracom (l'équivalent de TDF) et les aides publiques dont a bénéficié cet opérateur dans la mise en œuvre de la télévision numérique.

## 7 CONCLUSIONS

Le début du millénaire a été une période difficile pour l'ensemble de la branche. La détérioration de l'ensemble de l'économie est venue compliquer une phase de transition vers le numérique qui s'est avérée coûteuse à la fois par l'importance des investissements consentis que par les effets de l'accroissement des coûts d'acquisition de droits de programmes. Les prévisions les plus récentes ne sont guère optimistes pour le développement de l'économie européenne et le secteur de la télévision devrait s'en ressentir. D'après les prévisions publiées en juillet 2005 par *The European Advertising & Media*, les investissements publicitaires dans l'Eurozone devraient augmenter de 2,9 % en 2005 et de 4 % en 2006. La croissance des investissements publicitaires TV devrait être plus élevée (3,9 % en 2005, 5,1 % en 2006).

La phase de croissance de la branche, tirée par le développement des plateformes numériques à péage, devrait toucher à sa fin dès lors que la télévision numérique terrestre vient proposer aux téléspectateurs une alternative d'offre multichaine gratuite. Cette offre, gratuite pour les téléspectateurs, a cependant un coût pour les diffuseurs. Les nouveaux entrants privés -tels que le Groupe Bolloré en France -prévoient une phase de plus de dix ans de déficit avant d'atteindre le seuil de rentabilité. Quant aux offres complémentaires des entreprises publiques, il reste à démontrer qu'elles sont soutenables dans le long terme. La situation financière délicate de la YLE finlandaise ou de la BBC indique que ce chemin n'est pas aisé. Enfin, l'apparition de nouvelles formes de diffusion, par l'ADSL ou sur les téléphones mobiles, permet l'entrée -ou le retour -dans le champ de la télévision des fournisseurs de services Internet et des opérateurs de télécommunications. La complexité du système va donc encore s'accroître, au risque de nouvelles difficultés financières mais aussi de problèmes accrus de transparence.