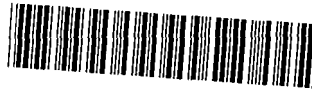


91/494

Council of Europe
Conseil de l'Europe



COE229032

MCM (91) 8

**3^e Conférence ministérielle européenne
sur la politique des communications de masse**

Nicosie (Chypre), 9-10 octobre 1991

**Quel avenir pour les media
en Europe dans les années 90?**

Sous-thème 1 — Economie des media
et pluralisme politique et culturel

Rapport de synthèse sur la concentration des media en Europe
présenté par le Groupe de travail élargi
sur les concentrations des media
au nom du CDMM

**3^e Conférence ministérielle européenne
sur la politique des communications de masse**

Nicosie (Chypre), 9-10 octobre 1991



**Quel avenir pour les media
en Europe dans les années 90?**

Sous-thème 1 — Economie des media
et pluralisme politique et culturel

Rapport de synthèse sur la concentration des media en Europe
présenté par le Groupe de travail élargi
sur les concentrations des media
au nom du CDMM

[FMCM91_8.]

RAPPORT DE SYNTHÈSE SUR LES CONCENTRATIONS DES MEDIA EN EUROPE

1. INTRODUCTION

1.1. Contexte

Au printemps 1988, le Comité directeur sur les moyens de communication de masse (CDMM) et l'Assemblée parlementaire du Conseil de l'Europe ont décidé de coopérer pour mieux comprendre les développements en cours dans les Etats membres dans le domaine de la concentration des media. Un Groupe de travail sur les concentrations des media (CDMM-GT-CM) a donc été constitué et il a été convenu de confier à deux institutions spécialisées - l'Institut de l'Audiovisuel et des Télécommunications en Europe (IDATE-Montpellier) et l'Institut du Droit de l'Information (IVIR-Université d'Amsterdam) - le soin de définir la méthodologie et la formulation d'un questionnaire permettant de coordonner des études de cas nationales sur la propriété multi-media et la propriété croisée des media, et de collecter des informations de la part des différents Etats membres. Ces travaux ont abouti en février 1990 à un questionnaire divisé en trois parties : A. Situation juridique, B. Données statistiques, C. Evaluation qualitative. Ce questionnaire a été envoyé, pour être complété, aux Etats membres du Conseil de l'Europe. Après réception des réponses, les résultats de celles-ci ont été analysés, des consultations complémentaires sont intervenues avec les représentants des différents Etats membres contribuant au projet. Le rapport a été complété à partir d'informations complémentaires disponibles dans les centres de documentation des deux instituts.

Sur la base de ce rapport, et tenant compte de ses propres travaux dans ce domaine, le Groupe de travail a élaboré la présente synthèse sur les concentrations des media en Europe dans la perspective du Sous-thème 1 de la 3e Conférence ministérielle européenne sur la politique des communications de masse (Chypre, 9-10 octobre 1991). Le rapport de synthèse, tel que mis au point par le Groupe de travail, est soumis à la Conférence par le Groupe de travail pour le compte du Comité directeur sur les moyens de communication de masse.

1.2. La concentration des media et la question de la liberté d'expression et du pluralisme en Europe

Les produits ou services fournis par les media ne ressemblent pas à n'importe quelle autre marchandise ou service. Ces produits et services font intervenir les droits fondamentaux et des aspects culturels. Les aspects juridiques de la concentration de media sont également complexes eu égard au fait que, selon les cas, le droit commun de la concurrence et/ou les règles spécifiques au maintien du pluralisme sont concernés. Face à cette situation, le point de départ de toute étude sur le caractère souhaitable ou nécessaire d'une législation dans le domaine des concentrations des media, au plan national et/ou international, devrait donc être la liberté d'expression et les moyens de protéger la diversité culturelle existant en Europe.

1.2.1. Le Conseil de l'Europe et la sauvegarde des droits fondamentaux

Tous les Etats démocratiques ont consacré dans leur système juridique, sous une forme ou sous une autre, le concept de liberté d'expression, incluant la liberté de recevoir et de communiquer des informations. La liberté d'expression est énoncée à l'Article 10 de la Convention européenne de sauvegarde des Droits de l'Homme et des Libertés Fondamentales. Il est généralement accepté, comme cela a été indiqué à plusieurs reprises par l'Assemblée Parlementaire du Conseil de l'Europe, que la liberté d'expression n'est pas seulement un droit à la liberté protégeant les individus contre l'intervention de l'Etat. Ce droit à la liberté a également un aspect social : il est du devoir de tout Etat démocratique d'assurer une protection adéquate de ce droit à la liberté pour tout individu. Cela signifie que l'Etat a également des devoirs lorsque des individus empêchent d'autres individus d'exercer leur droit à la liberté d'expression. Il est présumé que l'agglomération du pouvoir entre les mains de quelques consortiums du secteur des media ayant parfois une importante dimension internationale peut menacer la liberté d'expression d'autrui et affecter la diversité culturelle. Dès que ces menaces surgissent, un Etat peut examiner la nécessité de restreindre ce pouvoir. Toutefois, en agissant ainsi, les Etats doivent conserver à l'esprit que la formation de tels conglomérats transnationaux peut être nécessaire pour être capable de survivre dans un environnement concurrentiel en mutation rapide. Les entreprises ont besoin de grandir et de travailler plus efficacement, de manière plus rentable : réaliser des économies d'échelle et de moyens (à travers leur diversification). Par ailleurs, les Etats doivent également prendre conscience que les réglementations en matière de concentration des media limitant la propriété ou le contrôle que les personnes physiques ou morales peuvent détenir à l'égard de certains media ou d'un certain nombre de media peuvent également, indirectement, affecter leur liberté d'expression.

Il doit en être conclu qu'un Etat peut choisir de limiter la "liberté d'entreprendre" des entreprises du secteur des media pour sauvegarder le pluralisme des media et, par ce biais, la diversité culturelle. Mais il ne peut agir ainsi que dans la mesure nécessaire, dans une société pluraliste et démocratique, pour garantir le droit d'autrui de recevoir et de communiquer des faits et des opinions (information). Par ailleurs, les Etats doivent agir avec prudence, pour ne pas générer d'effets pervers en prenant des mesures restrictives. Le résultat doit être une protection adéquate de la liberté d'expression de tout un chacun et pas seulement des groupes les plus puissants de la société.

Aux fins de la présente synthèse, entrer plus en détail dans les aspects techniques du système juridique de la liberté d'expression en Europe serait aller trop loin. Cependant, il importe de conserver à l'esprit que le point de départ d'une étude sur le caractère souhaitable ou nécessaire de tout type de réglementation des media dans ce domaine devrait être la liberté d'expression. Celle-ci constitue l'un des droits les plus fondamentaux et elle est consacrée tant dans le système juridique de tous les Etats démocratiques que dans des instruments juridiques internationaux contraignants, tels que la Convention européenne de sauvegarde des Droits de l'Homme et des Libertés Fondamentales (article 10) et le Pacte International des Nations-Unies sur les Droits Civils et Politiques (article 19).

Eu égard au fait que chaque Etat membre participant au projet du Conseil de l'Europe sur les concentrations des media a un point de vue différent sur l'applicabilité directe et/ou l'effet direct des dispositions contraignantes de droit international¹ et/ou la compétence des organes judiciaires internationaux pour recevoir des requêtes individuelles², il est nécessaire de se tourner vers les différentes constitutions nationales ou autres instruments juridiques indiquant quelles sont les relations entre la société et le gouvernement (le pouvoir de l'Etat) pour pouvoir dire quelles sont les exigences, résultant de chaque constitution nationale ou autre instrument, posées pour donner une traduction concrète au contenu du droit fondamental à la liberté d'expression.

Pour donner un sens à ce devoir, les Etats membres du Conseil de l'Europe ont accepté de sauvegarder et de promouvoir le pluralisme et la diversité des media relevant de leur juridiction. Ainsi, les Etats peuvent, par exemple, exiger des radiodiffuseurs qu'ils prennent en compte les minorités ou produisent certaines catégories de programmes (politiques, culturels, éducatifs, etc). Cela signifie que la liberté d'expression de certains individus est limitée par égard pour la liberté d'expression des autres. De plus en plus d'Etats membres expriment des préoccupations à l'égard des tendances à la concentration dans le secteur des media et entreprennent des études sur ce sujet. Un certain nombre d'Etats membres ont déjà adopté une législation sur la base des résultats de telles études. D'autres Etats membres conduisent actuellement de telles études ou ont l'intention de le faire, en vue de formuler une politique sur les tendances à la concentration. Il peut être observé que, dans certains Etats, l'obligation de mener de telles études et/ou la rédaction d'une législation sur la concentration des media a été imposée par les tribunaux les plus élevés³.

¹ voir également le paragraphe 4.2

² Toutefois, en ce qui concerne la Convention européenne des Droits de l'Homme, toutes les Parties Contractantes (actuellement au nombre de 23) ont reconnu le droit de requête individuelle. Il existe en fait une présomption selon laquelle la reconnaissance du droit de requête individuelle auprès des organes de la Convention est une condition de sa ratification.

³ A titre d'exemples :

- en France, le Conseil Constitutionnel (décision no. 86 217 DC du 18 septembre 1986) a demandé une révision de la loi sur la liberté de communication du 30 septembre 1986, estimant que celle-ci ne contenait pas de garanties suffisantes contre la concentration dans le domaine des media. La loi fut finalement révisée le 27 novembre 1986 ;

- en Italie, en 1987, la Cour Constitutionnelle a demandé au Conseil des Ministres de lui remettre un rapport sur l'état de la concentration dans le secteur de l'information et, en juillet 1988, dans sa décision n.826 sur la loi n.10 de 1985, elle a donné des recommandations au Parlement pour la rédaction d'une nouvelle loi, qui devrait contenir des garanties visant à empêcher le développement de la concentration et la formation d'oligopoles ;

- en Allemagne, dans son jugement du 4 novembre 1986, la Cour Constitutionnelle a considéré que l'existence d'un "programme de base" (Grundversorgung) fourni par les organismes de radiodiffusion était la condition minimum pour que soit garanti le pluralisme

Ainsi, les Etats membres sont parfaitement conscients des nouveaux risques que les développements de la concentration dans le domaine des media posent pour le pluralisme et la diversité culturelle.

Le problème avait déjà été évoqué, entre autres, dans la Résolution (74) 43 sur les concentrations de presse et dans la 2ème Résolution adoptée lors de la Première Conférence ministérielle européenne sur la politique des communications de masse (Vienne, 9-10 décembre 1986. Les Ministres "s'engagent à renforcer l'indépendance des radiodiffuseurs et à assurer le financement du service public de radiodiffusion" et "décident de prévenir les tendances monopolistiques des nouveaux services de radiodiffusion"). Le texte de la Convention européenne sur la Télévision Transfrontière contient un certain nombre de garanties, telles que l'obligation de transparence en ce qui concerne la propriété des organismes de radiodiffusion, la responsabilité de radiodiffuseurs (notamment en ce qui concerne la loyauté des journaux télévisés), le droit de réponse ou la garantie de l'accès du public aux événements majeurs.

Les 23 et 24 novembre 1988, s'est tenue à Stockholm la 2e Conférence ministérielle européenne sur la politique des communications de masse. Un certain nombre de Résolutions ont été adoptées lors de cette Conférence, qui s'est terminée par une Déclaration.

La Résolution No. 1 recommande au Comité des Ministres du Conseil de l'Europe, "de poursuivre l'examen des questions soulevées par la concentration des media, et de développer des recherches ainsi que l'échange et la diffusion d'information, afin :

- a. d'évaluer les conséquences d'une telle concentration sur la liberté et le pluralisme de l'information, la diversité culturelle et la circulation de services de télévision et d'oeuvres audiovisuelles ;
- b. d'identifier des moyens aptes à prévenir des abus de position dominante et les effets dommageables qui pourraient en résulter".

La Déclaration demande instamment au Comité des Ministres d'examiner les questions évoquées dans la Résolution No. 1 "afin de développer de nouvelles stratégies appelant des mesures politiques concrètes, notamment dans les domaines suivants :

(.....)

e) concentration des media."

d'expression. Dans son arrêt du 24 mars 1987, elle a précisé que cette obligation de "programme de base" incombe non seulement aux organismes de radiodiffusion de droit public mais également aux organismes privés. Toutefois, tant que les radiodiffuseurs publics sont en mesure de garantir ce "programme de base", il n'est pas nécessaire de prescrire de strictes obligations en matière de programmes à l'égard des radiodiffuseurs privés (voir paragraphe 4.1.).

Le CDMM a examiné la Résolution No. 1 et la Déclaration lors de sa réunion des 20-24 février 1989, à la lumière des instructions reçues lors de la 424^e réunion des Délégués des Ministres sur les suites à y apporter.

En février 1989, une proposition de "Résolution sur les dangers causés par les concentrations des media pour l'exercice du droit à la liberté d'expression et d'information et pour la diversité culturelle dans les Etats membres du Conseil de l'Europe" a été déposée devant l'Assemblée parlementaire, à l'initiative du député Van der Sanden⁴.

L'Assemblée s'est déclarée vivement préoccupée par "les récents rachats survenus dans la presse écrite et par le développement à l'échelon multinational de la concentration entre de mêmes mains de différents types de media - évolution qui, inspirée par des considérations purement économiques et financières, aboutit à une diminution du nombre de publications indépendantes et à un appauvrissement de la diversité culturelle des media".

En conséquence, le CDMM et l'Assemblée parlementaire du Conseil de l'Europe ont décidé de coopérer pour une meilleure compréhension des développements en cours dans les Etats membres dans le domaine de la concentration des media.

1.2.2. Les implications du droit communautaire à l'égard de la question des concentrations des media

Le Groupe de travail a examiné et pris en compte la compétence de la Communauté européenne à l'égard des Etats membres du Conseil de l'Europe qui sont également membres de la CEE. La Commission des Communautés européennes a participé en qualité d'observateur aux travaux du Groupe de travail.

Les droits fondamentaux font partie intégrante du droit communautaire en tant que principes généraux dont le respect est exigé par la Cour de Justice. En déterminant le contenu d'un droit fondamental, la Cour tire son inspiration des principes dérivés des traditions constitutionnelles des Etats membres de la CEE et des instruments internationaux sur les droits fondamentaux, en particulier la Convention européenne des Droits de l'Homme, qui consacre la liberté d'expression.

La Commission des Communautés européennes et la Cour de Justice européenne sont principalement concernées par le problème des concentrations des media lorsque celles-ci posent des problèmes dans le domaine du droit communautaire de la concurrence (spécialement les articles 85 et 86 du Traité de Rome : cartels et abus de position dominante). Il est parfois affirmé par certains observateurs que la Commission devrait tenir compte du pluralisme et de la diversité des media lorsqu'elle se prononce sur des questions de concurrence en relation avec les media. Toutefois, le but des politiques de concurrence est de garantir une concurrence effective. L'application du droit de la concurrence contribue, dans une certaine mesure, au maintien du pluralisme mais peut ne pas suffire dans tous les cas.

⁴ Assemblée parlementaire du Conseil de l'Europe, 27 février 1989, Doc. 6021

A différentes occasions (pour la dernière fois, le 15 février 1990), le Parlement européen a demandé à la Commission d'étudier les concentrations des media, d'adopter un cadre politique en ce qui concerne les règles de concurrence pour les moyens de communication de masse et de présenter des propositions d'action, eu égard au fait que "des limitations aux concentrations sont essentielles dans le secteur des media, non seulement pour des raisons économiques, mais aussi, et surtout, afin de garantir le pluralisme de l'information et la liberté de la presse". Lord Cockfield a souligné en 1989, devant le Parlement européen, que la Commission applique les règles en matière de concurrence du Traité CEE à la radiodiffusion. Par ailleurs, il a déclaré que, si la Commission reconnaissait l'importance politique des concentrations des media, l'adoption de dispositions juridiques spéciales en matière de concurrence, à l'égard des media, dans ce qui était alors le projet de Directive "Télévision sans frontières", comme cela était proposé par le Parlement européen, n'ajouterait rien, du point de vue de la Commission, au droit résultant du Traité. Cela pourrait, au contraire, ajouter des conditions à l'article 86 (interdiction de l'abus de position dominante) et donc limiter son application éventuelle.

De ce fait, la Commission a recherché d'autres voies pour faire suite aux demandes du Parlement. La Commission a publié le 21 février 1990 sa "Communication au Conseil et au Parlement sur la politique audiovisuelle"⁵. Au paragraphe 2.2.3. sur le pluralisme et les fusions, la Commission indique clairement que la politique audiovisuelle de la Communauté ne cherche pas à développer le secteur audiovisuel aux dépens du pluralisme mais veut l'aider à se renforcer en encourageant en particulier la diversité des programmes offerts au public. La Commission reconnaît explicitement que l'application du droit communautaire de la concurrence ne peut couvrir toutes les situations où existe une menace pour le pluralisme, notamment au cas de propriété multi-media. Cela a été réaffirmé par le Commissaire Sir Leon Brittan dans sa déclaration au Parlement européen du 15 juin 1990 et cela pourrait avoir été l'une des raisons pour lesquelles le "Règlement relatif au contrôle des opérations de concentration entre entreprises"⁶ autorise les Etats membres à appliquer leur législation nationale sur la protection du pluralisme et de la liberté d'expression, lorsque la Commission ne prend pas de mesures à l'encontre d'une fusion dans le secteur des media.

Selon le "Règlement relatif au contrôle des opérations de concentration" de la CEE, la Commission est compétente dans le domaine des concentrations au dessus d'un certain seuil (bien que les seuils de compétence de la Communauté soient très élevés pour l'instant et, de ce fait, ne soient pas encore pertinents pour les entreprises du secteur des media ; toutefois, ces seuils seront revus en temps utile). Si la Commission décide qu'une opération de concentration donnée est incompatible avec le droit communautaire, les Etats membres peuvent toujours interdire cette opération de concentration en raison d'intérêts légitimes, tels que la pluralité des media. La Cour de Justice devrait décider au cas par cas si les mesures nationales sont compatibles avec le droit communautaire.

⁵ COM (90) 78 final

⁶ JO n° L 395 du 30.12.1989

Les opérations de concentration, y compris les concentrations des media, qui n'entrent pas dans le champ d'application du "Règlement Concentration" et qui ne relèvent donc pas de la compétence de la Communauté (sauf si elles soulèvent des problèmes de concurrence, auquel cas les règles en matière de concurrence sont applicables) peuvent à tout moment être limitées par des mesures nationales pour la protection du pluralisme. Mais cela ne doit pas affecter indûment la libre circulation des marchandises, des services, des personnes et/ou des capitaux dans le secteur des media. La Cour pourrait décider au cas par cas si les limitations nationales sont conformes au droit communautaire.

Les mesures nationales prises dans le domaine des concentrations pour protéger la pluralité des media peuvent prendre la forme de mesures économiques (exemples : limitation des parts de marché, obligations de transparence du capital, etc) et/ou de mesures juridiques spécifiques aux media (exemples : quotas de programmes, politique d'octroi de licences, etc). Cependant, en général, aux termes du droit communautaire, les mesures nationales visant à protéger le pluralisme et la diversité ne doivent pas discriminer les ressortissants de la Communauté européenne par rapport aux propres nationaux d'un Etat.

Compte tenu du fait que la législation nationale, existante ou en projet, pourrait être contournée, la Commission remarque, dans sa Communication, qu'une législation nationale pourrait ne pas être suffisante pour garantir le pluralisme dans tous les cas. Selon la Commission, la multiplicité et la disparité des droits nationaux pourraient limiter l'activité des opérateurs qui pourraient contribuer à un accroissement du pluralisme dans les Etats membres. Aussi, la Commission a annoncé qu'elle est en train d'étudier la possibilité de proposer une Directive pour harmoniser certains aspects des mesures nationales de protection du pluralisme des media.

1.3. Définitions

Le phénomène de la concentration des media peut prendre différentes formes, qu'il est important de définir. Les définitions fournies ici ont été conçues comme des lignes directrices opérationnelles aux fins de l'étude et ne correspondent pas nécessairement à des définitions juridiques.

1. Concentration proprement dite

La concentration proprement dite est caractérisée par une diminution du pouvoir d'autonomie du contrôle juridique. Il existe différentes formes de concentration proprement dite;

1.1. **Fusions d'entreprises** : processus par lequel soit une entreprise est absorbée par une autre entreprise, soit deux ou plusieurs entreprises s'associent pour n'en former plus qu'une seule;

1.2. **Intégration** : toute forme plus ou moins avancée de combinaison de pouvoir et de propriété sur les activités d'une société ou d'un groupe de sociétés. L'intégration peut se manifester sous différentes formes:

1.3. **Intégration verticale** : situation d'une entreprise ou d'un groupe d'entreprises qui contrôle les différentes phases du processus de production d'un produit (ex. dans le domaine des moyens de communication de masse : entreprise de presse contrôlant la fabrication du papier, l'édition proprement dite, l'impression, la distribution) ;

1.4. **Intégration horizontale** : situation d'une entreprise ou d'un groupe d'entreprises qui contrôle, à un niveau élevé, les différentes unités de production d'une même activité (ex. entreprise qui contrôle différentes imprimeries, ou plusieurs titres, ou plusieurs agences de publicité);

1.5. **Intégration multimedia** : situation d'une entreprise ou d'un groupe d'entreprises qui est propriétaire de différents moyens de communication de masse (ex. participation d'entreprises de presse dans le capital de chaînes de radio ou de télévision);

1.6. **Intégration multisectorielle** : situation d'une entreprise ou d'un groupe d'entreprises qui est propriétaire à la fois d'un ou de plusieurs moyens de communication de masse, tout en étant active dans un ou plusieurs autres secteurs de l'économie (ex. entreprise active à la fois dans le domaine de la construction, de la distribution et des moyens de communication de masse);

1.7. **Intégration internationale** : situation d'une entreprise ou d'un groupe d'entreprises dont les activités se déploient dans deux ou plusieurs pays. On distinguera l'intégration interne à la Communauté européenne et l'intégration extra-communautaire. Cependant, une intégration mutuelle entre des sociétés et des groupes de sociétés au sein des Communautés européennes avec des sociétés ou des groupes de sociétés extérieures à la Communauté européenne pourrait être envisagée.

2. Accords de coopération

Les accords de coopération existent dès l'instant où des entreprises distinctes concluent des accords destinés à améliorer leurs positions sur le marché. Les entreprises parties à ce type d'accords ne perdent pas le contrôle juridique ; elles conviennent d'exercer leur pouvoir de décision séparément, pour leur bénéfice commun.

3. Position dominante

Toutes les formes de concentration proprement dite et les autres formes de collaboration peuvent conduire à des situations de position dominante. Pour cette raison, toutes ces formes de concentration peuvent faire l'objet de réglementations en matière de concurrence.

Une entreprise est considérée en position dominante lorsqu'elle a la possibilité d'agir d'une manière indépendante sur le marché de référence, d'une façon telle qu'elle est en mesure d'agir sans tenir notablement compte des concurrents, des acheteurs ou des fournisseurs. Cette possibilité peut résulter soit de la part de marché occupée par une

entreprise, soit de sa part de marché en liaison notamment avec la disposition de connaissances techniques, de matières premières ou de capitaux. Cette position dominante permet à l'entreprise soit de déterminer les prix, soit de contrôler la production ou la distribution pour une partie significative des produits en cause.

4. Marché de référence

"Le marché géographique de référence est constitué par un territoire sur lequel les entreprises concernées interviennent dans l'offre et la demande de biens et de services, sur lequel les conditions de concurrence sont suffisamment homogènes et qui peut être distingué des territoires voisins, en particulier en raison des conditions de concurrence sensiblement différentes de celles prévalant sur ces territoires. Dans cette appréciation, il convient notamment de tenir compte de la nature et des caractéristiques des produits ou services concernés, de l'existence de barrières à l'entrée, de préférences des consommateurs, ainsi que l'existence, entre le territoire concerné et les territoires voisins, de différences considérables de parts de marché des entreprises ou de différences de prix substantielles⁷.

2. ANALYSE ECONOMIQUE DE LA CONCENTRATION DANS LE SECTEUR DES MEDIA

2.1. Les grandes caractéristiques de la concentration dans le secteur des media

La problématique de la concentration dans le secteur des media n'est pas nouvelle. Déjà, Honoré de Balzac avait noté que derrière l'apparente diversité idéologique de la presse parisienne se cachait le monopole à la source de l'agence de presse de Charles Havas. La concentration du secteur de la presse lui-même est perceptible dès la seconde moitié du XIXème siècle. Les industries phonographique et cinématographique ont connu le phénomène de la concurrence oligopolistique dès le début du XXème siècle. La concentration dans la distribution des vidéogrammes a été très forte dès les années 70. La concentration dans le domaine de la radiodiffusion est observable aux Etats-Unis dès l'entre-deux-guerres. Dans ce secteur, le phénomène est plus récent en Europe et peut être considéré comme une des conséquences de la fin du monopole des organismes de service public, caractéristique des années 1980.

L'intégration verticale

La tendance marquée à la concentration - ou à la concurrence oligopolistique - dans le domaine des moyens de communication de masse peut s'expliquer en grande partie par la nature reproductible des produits de communication (nouvelles, livres, disques, films, programmes audiovisuels). Dès lors que ceux-ci sont produits, leur coût de reproduction et de distribution est relativement marginal, mais le contrôle de la distribution s'avère indispensable pour assurer l'appropriation de la valeur ajoutée. La concentration de la phase

⁷ Définition tirée du Règlement (CEE) n° 4064/89 du Conseil du 21 décembre 1989 relatif au contrôle des opérations de concentration entre entreprises, JO n° L 395 du 30.12.1989

de distribution (et éventuellement de la phase d'exploitation, par exemple dans l'industrie cinématographique) a donc tendance à être organisée par les producteurs eux-mêmes. Dès les origines des différents sous-secteurs de l'industrie des moyens de communication de masse, on constate donc des tendances à l'intégration verticale.

L'intégration verticale peut également intervenir plus en amont, soit afin de réduire les coûts (contrôle de l'industrie papetière et de l'imprimerie par l'édition) soit afin de s'assurer un accès prioritaire aux programmes (tendance au contrôle de la production audiovisuelle par les télédiffuseurs), soit en aval (intégration des régies publicitaires par les groupes de presse ou les diffuseurs).

L'intégration horizontale

L'intégration horizontale a été souvent observée dans le domaine de la presse. Elle permet à un groupe de presse, en contrôlant différents titres, de réaliser des économies d'échelle à l'occasion de diverses opérations (par exemple les opérations de régie publicitaire; d'édition de segments éditoriaux communs à différents titres, tels que les suppléments TV, les pages de jeux ou de mode ; d'impression ; de distribution ; de promotion).

L'intégration multimedia

Phénomène plus récent, l'intégration multimedia (réalisation par une même entreprise d'investissements dans différents secteurs de la communication et des industries culturelles) s'est développée en Europe, durant la décennie 80, à travers la constitution de groupes multimedia actifs sur plusieurs marchés (presse, radio, télévision, cinéma, disque), à l'instar de ce qui existait déjà aux Etats-Unis, et, dans une moindre mesure, au Japon. Les groupes européens sont cependant de taille plus petite que leurs homologues américains ou japonais. Ainsi, en 1988, sur 100 entreprises audiovisuelles ayant un chiffre d'affaires supérieur à 180 millions de \$, 39 étaient américaines, 32 européennes et 17 japonaises. Mais les 32 entreprises européennes ne détenaient que 29,7 % du marché contre 41,5 % pour les 39 américaines et 20,4 % pour les 17 japonaises (Source : IDATE, Le marché mondial de l'audiovisuel, 1990).

La tendance à la diversification des media peut s'expliquer par différentes raisons :

- soucis de diversification vers de nouveaux supports, notamment avec des objectifs de valorisation des savoir-faire, de conservation des positions sur le marché publicitaire, voire simplement de prestige,
- intégration de la promotion d'un même produit valorisé sur différents supports (par exemple, même personnage exploité en bande dessinée, en cinéma, en feuilleton télévisé et en disque...),
- placement sur un créneau de marché considéré comme porteur.

Cette tendance à la diversification multimedia n'est pas la caractéristique des seules entreprises privées : on la constate également pour quelques entreprises de service public qui ont diversifié leurs activités au-delà de leur métier de base, en particulier vers la production cinématographique, l'édition de livres, revues, disques, cassettes vidéo.

La tendance à l'intégration entre entreprises de matériel et entreprise de programmes, de plus en plus fréquente aux Etats-Unis (General Electric / NBC, Sony / Columbia, Matsushita / MCA, rôle des câblo-opérateurs dans la programmation du câble) est relativement peu fréquente en Europe (Philips / Polygram, groupes du câble en France).

L'intégration internationale

L'intégration internationale s'explique avant tout par la recherche d'économies d'échelle dans des opérations telles que la vente d'espaces publicitaires, la production ou l'achat de programmes, la recherche et le développement, la possibilité de segmenter les marchés. L'intégration internationale dans les pays membres de la Communauté européenne peut également s'expliquer par l'anticipation de la réalisation du Marché Unique, prévue pour la fin de 1992. Les sociétés cherchent à acquérir des positions plus solides pour être capables de faire face à la concurrence au niveau du marché européen. La mondialisation de certains marchés (information internationale, programmes audiovisuels, disque) et l'émergence de nouvelles technologies (satellite, câble, TVHD, nouveaux supports vidéos..) contribuent au renforcement de la concentration de l'ensemble du secteur.

On note également une tendance à la multiplication des accords de "joint-venture", des coproductions internationales, etc, qui tend à constituer un phénomène important d'interdépendance entre les groupes et les entreprises de communication. De tels accords sont parfois passés entre entreprises privées et entreprises de service public (ex. alliance News International/membres de l'UER dans Eurosport, politique d'alliance de la RTBF).

2.2 Les formes de la concentration dans les différents secteurs

Les agences de presse et les agences d'images

Les formes et les degrés de concentration varient très fortement suivant les types de media.

Le phénomène le plus remarquable et transversal aux divers media d'information (presse, radio, télévision) est sans aucun doute celui de la concentration en amont, au niveau des agences de presse et des agences d'images. Il n'existe en général, dans chaque pays, qu'une seule agence de presse généraliste, dont plusieurs connaissent d'ailleurs des difficultés financières endémiques. Seules quelques agences de presse (U.I.P., Associated Press, Reuters, AFP, TASS...) sont actives au niveau mondial. En matière d'images d'information, les entreprises productrices actives sur l'ensemble du marché mondial sont également peu nombreuses (Viesnews, qui est contrôlée par Reuters, WTN, ITN) et le réseau EVN de l'Eurovision reste largement tributaire, pour les pays non européens, des images fournies par les chaînes de télévision américaines (CNN, networks). Cette concentration à la source est cependant tempérée par une multiplication des agences spécialisées, des lettres d'information, etc.

Les marchés de la presse écrite

Les marchés de la presse écrite restent, dans l'ensemble, contrôlés par des groupes éditoriaux nationaux et il est difficile, pour l'instant, de parler d'un réel marché européen de la presse. On note cependant quelques exceptions (presse quotidienne en Autriche, en Communauté française de Belgique, en Hongrie, segment de la presse magazine et presse spécialisée grand public en Espagne, en Communauté flamande de Belgique). Des tendances à l'internationalisation commencent à se faire jour (participations croisées, création de "joint-ventures", adaptation de formules à un marché national plutôt que large circulation internationale des produits), en particulier dans le domaine de la presse magazine et de la presse spécialisée. Cette internationalisation est encouragée par différents facteurs (dynamique du marché publicitaire, émergence progressive d'un lectorat européen, effets de certaines réglementations nationales limitant la concentration et qui amènent les entreprises à internationaliser leurs investissements, mutations technologiques, etc.).

Sur quasi tous les segments de marché de la presse pour lesquels des données diachroniques sont disponibles, on constate que le niveau de la concentration, mesuré en répartition du marché entre les cinq premiers groupes, s'est accru durant les années 80.

Ce niveau varie suivant les segments de marché :

- il est généralement très élevé sur les segments de la presse quotidienne nationale, de la presse régionale et de la presse spécialisée grand public ;
- il est généralement faible sur le segment de la presse technique et professionnelle.

L'évaluation du degré de concentration de la presse quotidienne ne peut être menée de manière mécanique : en effet, dans certains pays, le contrôle de larges parts de marché par quelques titres, voir un seul titre, de "presse populaire" peut être accompagné d'une réelle richesse de la "presse de qualité", même si celle-ci reste quantitativement minoritaire.

Un autre indicateur important du degré de concentration est celui du nombre de titres disponibles. Or, si le nombre de titres de presse quotidienne est généralement en déclin, on peut noter, en revanche, que les techniques de photocomposition ont permis une multiplication des titres disponibles dans le domaine de la presse périodique. On peut noter également que des titres nouveaux, y compris dans la presse quotidienne, peuvent assez rapidement se faire une place sur le marché et/ou devenir un titre de référence, même s'ils émanent d'éditeurs nouveaux.

La radiodiffusion

La quasi totalité des Etats membres a cherché à augmenter la concurrence dans les secteurs de la radio et de la télévision en mettant fin à la situation de monopole des chaînes du service public. Cette politique de déréglementation a pris des formes diverses :

- multiplication des fréquences mises à disposition des opérateurs (nouvelles fréquences hertziennes, câble, satellites de diffusion directe et satellites de basse et moyenne puissance..),

- octroi de licences d'émission à des chaînes privées de radio ou de télévision,
- ouverture du marché national aux chaînes étrangères,
- privatisation de certaines entreprises de service public,
- allègement de certaines obligations de service public.

Cette politique de mise en concurrence a mené à une multiplication des programmes radios et des chaînes de télévision offertes au public. En ce sens, on peut considérer que la concentration dans le secteur de la radiodiffusion a fait l'objet d'une importante déconcentration durant les années 80.

Ce processus de déréglementation s'accompagne cependant de nouvelles formes de concentration, que certains Etats visent à prévenir en organisant de nouvelles formes de réglementation, en particulier celles visant à limiter l'intégration verticale en distinguant les fonctions de production et de diffusion ou en fixant des quotas de programmation pour la production indépendante.

La radio et l'industrie phonographique

Dans le domaine de la radio, dans plusieurs pays se sont manifestés des phénomènes de réseaux qui ont, assez rapidement, entraîné un processus de concentration. Certains de ces réseaux sont contrôlés par des entreprises de presse, qui ont saisi une première possibilité de diversification. Le développement de ces réseaux a parfois entraîné des contentieux avec les radios de type associatif, sans vocation commerciale, qui revendiquent de la part des pouvoirs publics certaines formes de protection (attribution de zones de fréquences distinctes) voire certaines formes de soutien financier.

En amont de la diffusion radiophonique, l'industrie phonographique reste fortement concentrée autour de quelques grandes entreprises, elles-mêmes intégrées dans les grands groupes internationaux (Time-Warner, Philips, Bertelsmann, Thorn-EMI, Sony, Matsushita). La croissance des coûts de production entraînée par le passage au disque compact a conduit à la disparition ou à l'absorption de nombres de petits labels.

La télévision et l'industrie des programmes audiovisuels

Grâce à la mise en concurrence et à la multiplication des possibilités de diffusion, le nombre de chaînes de télévision disponibles en Europe est passé de 75 en 1985 à 117 à 1990. Dans la plupart des Etats européens, l'audience se partage à présent entre chaînes généralistes nationales de service public et commerciales, chaînes thématiques, chaînes européennes commerciales ou de service public. Le volume global de programmation en Europe occidentale est passé de 250 000 heures en 1985 à environ 400 000 heures en 1990. Ces simples chiffres suffisent à indiquer l'impressionnant accroissement de l'offre de programmes qu'a entraîné la déréglementation.

L'appréciation qualitative de cette croissance de l'offre pour le pluralisme et la diversité culturelle est cependant difficile à évaluer de manière scientifique. Il y a lieu d'observer:

- que si l'apport qualitatif de certaines nouvelles chaînes est indéniable, une multiplication du nombre de chaînes ne signifie pas automatiquement un accroissement de la diversité et de la qualité des programmes offerts;
- que, en raison du haut niveau d'investissements nécessité par la création d'une chaîne de télévision, les "nouveaux entrants" sur le marché audiovisuel sont, dans la plupart des cas, soit des groupes éditoriaux, soit des groupes industriels bénéficiant au préalable d'une position forte dans leur métier d'origine. Le montage financier des nouvelles chaînes entraîne des tours de table de plus en plus complexes, qui créent une forte interdépendance entre les différents groupes, mais qui contribuent souvent à une forte instabilité du management;
- que l'introduction de la concurrence dans le secteur de la télévision engendre des problèmes profonds (essentiellement financiers et identitaires) pour les chaînes de service public. En 1990, plusieurs chaînes de service public en Europe sont confrontées à des déficits importants, souvent dûs, au moins en partie, aux surcoûts entraînés par le développement de la concurrence dans l'achat de programmes (films, programmes sportifs) ou la croissance des coûts de personnel;
- qu'il existe une concentration en amont, dans le secteur de la production et de la distribution cinématographique et audiovisuelle, généralement dominée par les studios d'Hollywood.

En matière d'information télévisée, il est généralement considéré que la multiplication des chaînes entraîne une plus grande autonomie éditoriale par rapport au pouvoir politique. Les observateurs soulignent cependant certains effets négatifs entraînés par la concurrence (spectacularisation de l'information, schématisation des analyses, déséquilibres politiques et idéologiques dans le choix des personnes interviewées, risques d'interférences entre les intérêts des propriétaires de la chaîne et la couverture de certains événements, etc.).

Le cinéma et la distribution vidéo

L'industrie cinématographique est soumise à une forte concentration au niveau international en raison de la situation dominante qu'occupe sur le marché mondial l'industrie cinématographique américaine - et en particulier les majors companies - depuis la Seconde guerre mondiale. L'absorption des grands studios américains par des groupes de communication étrangers (australiens, japonais ou européens) ou le recours de plus en plus fréquent à des cofinancements japonais indiquent que le contrôle économique du secteur du cinéma et de la production audiovisuelle, en vue de la valorisation des catalogues sur des marchés en forte croissance et en vue du lancement des nouvelles technologies et des nouveaux supports (TVHD, CDV, disque laser), est devenu un des grands enjeux de la fin du siècle. Cette concentration est essentiellement marquée dans la phase de production et de distribution (cinéma et vidéo) et, dans une moindre mesure, dans la phase d'exploitation (salles de cinéma, magasins de vente ou de location vidéo). Il faut cependant noter que la

concentration dans le secteur cinématographique, en raison du plus ou moins grand succès des films, ne se reproduit pas aussi systématiquement que dans le secteur de la presse. Entre 1982 et 1989, les parts de marché de la distribution en salles aux Etats-Unis contrôlées par les 5 premières sociétés ont varié entre 65 et 79 % mais, chaque année, la répartition entre les diverses entreprises est différente et le leader du marché varie d'une année à l'autre.

En Europe, les majors ont conforté leurs positions sur les différents marchés :

- en Italie, alors que les recettes totales ont diminué de 62 % entre 1983 et 1988, les recettes des majors ont augmenté de 44 %,
- en Espagne, durant la même période, les recettes totales ont diminué de 45 % mais les recettes des majors ont augmenté de 65 %,
- au Royaume-Uni, les distributeurs américains sont les principaux bénéficiaires de la construction de salles multiplex et ont augmenté leurs recettes de plus de 50 entre 1983 et 1988.

L'accord relatif à la distribution américaine en Europe par le biais de la société U.P.I. (société de droit néerlandais associant MCA, MGM/UA et Paramount) a fait l'objet d'une décision de la Commission des Communautés européennes qui a amené une révision des accords entre ces sociétés, sans remettre cependant en cause fondamentalement le principe de l'alliance de distribution, considéré comme un facteur d'efficacité et de rationalité (JOCE n.L 226/25, 3 août 1989).

L'industrie cinématographique européenne est relativement peu concentrée aux stades de la production et de la distribution. Les tendances les plus récentes indiquent, dans divers pays européens comme aux Etats-Unis, un renforcement de la concentration au stade de l'exploitation (réseaux de salles de cinéma, réseaux de magasins vidéo). Les investissements croissants des chaînes de télévision dans la production, voire, en Italie, dans la distribution et l'exploitation cinématographique, font souvent craindre les risques d'une intégration verticale au détriment de la diversité créatrice du cinéma.

La publicité

Le secteur de la publicité a connu un fort mouvement de concentration à l'échelle internationale dans les années 1980. On a assisté à la formation de mégagroupes, constitués de différentes entreprises à vocation internationale. Dans la plupart des pays européens (à l'exception de la Finlande et de la Suisse), le marché publicitaire est contrôlé par des groupes américains, britanniques, et, dans une moindre mesure, français. La concentration des agences a entraîné une concentration des centrales d'achat d'espaces, intermédiaires entre les agences et les media.

Les principaux problèmes soulevés par la concentration des agences de publicité et des centrales d'achat d'espace relèvent du droit de la concurrence:

- problème de confidentialité : les annonceurs s'inquiètent de ces accords entre agences qui sont amenées à gérer des budgets d'entreprises concurrentes,
- problème de transparence des tarifs : un rapport du Conseil de la Concurrence, partiellement publié en France en 1987, décrit les pressions exercées sur les media en ce qui concerne les tarifs, allant parfois jusqu'à menacer ces media de ne plus leur fournir de clientèle au cas où ils refuseraient leurs exigences commerciales,
- l'intégration verticale : les agences et centrales d'achat diversifient leurs activités en amont (recherche et développement) et en aval (production audiovisuelle, voire projets de chaînes de télévision). On note quelques cas de diffuseurs renforçant leurs activités de régie et assurant la régie de chaînes concurrentes (cas de la Fininvest et de la RAI en Italie avant l'adoption de la loi de 1990).

Le fait que les problèmes posés par la concentration des agences publicitaires et des centrales d'achat relèvent essentiellement du droit de la concurrence ne peut cependant masquer les implications d'une telle concentration pour le pluralisme. Même si l'on peut faire crédit au milieu publicitaire de professionnalisme et de choix basés sur les intérêts des annonceurs, le risque existe toujours que des agences ou des centrales d'achat d'espace orientent leurs investissements publicitaires en fonction de leurs intérêts économiques ou d'options politiques. Du point de vue de la défense du pluralisme, le véritable problème, généralement reconnu dans le monde publicitaire, réside cependant moins dans la concentration que dans les déséquilibres de la répartition du pouvoir d'achat : les supports s'adressant aux catégories les moins solvables de la population récoltent généralement moins de rentrées publicitaires.

3. ASPECTS POSITIFS ET NEGATIFS DE LA CONCENTRATION DES MEDIA

La concentration peut revêtir des aspects positifs pour la liberté de la presse et le pluralisme d'expression. Dans certaines circonstances, elle peut en effet:

- garantir l'autonomie des groupes éditoriaux face aux annonceurs et aux pouvoirs politiques;
- permettre de réaliser des économies d'échelle et d'amortir les coûts de production d'un produit grâce à l'accès à une audience plus large, à la possibilité d'accéder à certains savoir-faire et à certaines compétences permettant de mieux faire face à la concurrence des autres media;
- permettre le développement de groupes européens agissant à l'échelle internationale, ce qui peut être de nature à favoriser la circulation des idées et permettre aux entreprises européennes de résister à la concurrence internationale, en particulier aux grands groupes non-européens qui bénéficient eux-mêmes des économies d'échelle permises par leur marché et leur taille;
- sauver certains titres menacés de disparition et, en conséquence, maintenir la diversité de l'offre et sauvegarder l'emploi;

- permettre l'édition de titres ou la production de projets novateurs, s'adressant à des minorités, ou de projets non directement rentables qui contribuent à la diversité politique ou culturelle;
- faciliter l'insertion de nouvelles technologies ou de nouveaux services.

Des risques découlant du développement de la concentration dans le secteur des media existent et sont attestés par des cas litigieux ou débattus au niveau politique :

- disparition ou fusion de titres entraînant une diminution des sources d'information et une uniformisation des contenus;
- risque de contrôle d'un nombre important de titres par un même opérateur;
- tentative d'exclusion du marché de nouveaux entrants indépendants ou de concurrents plus faibles par abus de position dominante (notamment par la promotion inéquitable des produits ou services d'un entrepreneur concurrent);
- dépendance éditoriale des producteurs audiovisuels indépendants face aux diffuseurs;
- faiblesse de l'offre, en particulier en ce qui concerne la presse régionale;
- augmentation du risque de non diffusion de certaines informations par certains media lorsque ces informations ne répondent pas aux intérêts des propriétaires de ces media;
- censure économique d'ouvrages mettant en cause la puissance économique des groupes multimedia;
- rôle croissant des régies publicitaires et des centrales d'achat d'espace risquant de nuire à l'autonomie des diffuseurs;
- risques de dépendance des petites entités culturelles (petits pays, régions...) face à la puissance des grands groupes nationaux ou internationaux;
- risques de précarisation de l'emploi dans le secteur de la communication.

4. DIFFERENCES ET PROBLEMES COMMUNS

4.1. Raisons politiques pour des mesures nationales

Dans le questionnaire sur la base duquel les études nationales sur les concentrations des media ont été effectuées, il a été demandé aux Etats membres d'indiquer les raisons de politique ayant présidé à l'adoption de mesures nationales dans le domaine de la concentration des media, ou les raisons de politique à la non-adoption de telles mesures. Les deux raisons de la non-adoption de mesures sur les concentrations des media sont dues au fait qu'on

considère qu'il n'y a pas de problème (Grèce spécialement) et les problèmes constitutionnels que ce type de mesures pourrait poser dans les Etats membres où la liberté de la presse et/ou la liberté de la radiodiffusion et/ou l'interdiction de la censure préalable est/sont garantis dans le système juridique.

Il ressort des réponses des experts nationaux que le point de départ des politiques en matière de concentration des media est habituellement le suivant: les développements rapides de la concentration dans le secteur national des media, résultant de la stratégie économique des entreprises du secteur des media. Les décideurs politiques craignent en effet que le raisonnement purement économique des entreprises du secteur des media mette en danger le droit fondamental à la liberté d'expression pour tout individu, ainsi que la diversité culturelle.

De ce fait, dans nombre d'Etats membres du Conseil de l'Europe, les développements économiques en cours allant dans le sens d'une concentration dans le secteur de la presse ont amené ou tendent à amener une intervention de l'Etat. Cette intervention peut prendre la forme de mesures positives pour protéger les entreprises de presse indépendantes à l'encontre d'une domination par les forces du marché. Ces mesures prennent habituellement la forme de mesures de soutien à la presse ; elles se sont, dans certains cas, révélées efficaces dans le passé (Suède) mais, dans de nombreux cas, d'autres mesures ou des mesures complémentaires sont jugées nécessaires, telle que l'interdiction de certaines opérations de concentration entre entreprises de presse (par exemple en Allemagne, au Royaume-Uni, en France et en Italie). Lorsque l'intervention des Etats prend la forme de mesures anti-concentration ou de mesures spécifiques dans le domaine du droit de la concurrence à l'égard des media, il est attendu de ces mesures qu'un plus grand nombre d'entreprises indépendantes garantisse une plus grande pluralité et diversité des opinions. Lorsque l'intervention des Etats prend la forme de mesures positives (soutien), il est attendu de ces mesures non seulement qu'elles préviennent les concentrations mais également qu'elles préviennent la disparition de titres publiés par une entreprise isolée.

Dans les Etats membres où la radiodiffusion privée existe, des mesures pour protéger la diversité des opinions dans le domaine de la radiodiffusion sont souvent jugées nécessaires. Les raisons citées en ce sens sont la rareté technique des fréquences de radiodiffusion ainsi que la rareté des moyens économiques et financiers. Bien que la rareté technique diminue de plus en plus du fait des développements techniques (câble, satellite, transmissions par micro-ondes, radiodiffusion numérique) la rareté économique ou financière subsiste : la radiodiffusion télévisée requiert en particulier des investissements élevés. De ce fait, seuls des groupes puissants sont en mesure de survivre. Ces groupes puissants se diversifient, tentent d'acquérir des droits d'exclusivité et sont en mesure de réaliser des économies d'échelle, rendant ainsi plus difficile, si ce n'est impossible, pour d'autres d'entrer sur le marché de la radiodiffusion.

La tendance à la diversification des entreprises du secteur des media, qui consiste pour une entreprise du secteur des media à se procurer un accès à tous les sous-marchés appropriés et à se procurer un accès à certains droits (exclusivité) d'une manière globale, a en particulier renforcé chez les décideurs politiques la conviction que les concentrations des media peuvent conduire à l'apparition de forces dominantes dans le domaine de la formation des opinions - qui pourrait aller à l'encontre de la liberté d'expression de chacun - crainte qui est habituellement à l'origine de l'adoption de dispositions sur "la propriété croisée des media".

Dans certains Etats membres (Allemagne, Italie, France), les Cours ou Conseils Constitutionnels ont obligé l'Etat à prendre des mesures pour garantir et maintenir la liberté d'expression de tout individu, et pour garantir et maintenir une certaine diversité. Dans d'autres Etats membres, la Constitution mentionne explicitement l'obligation pour l'Etat de prévenir la mise en cause de la liberté d'expression par les concentrations des media, et de préserver le pluralisme (Portugal, Espagne).

Des communautés linguistiques relativement petites ont adopté ou ont l'intention d'adopter des politiques en matière de concentration des media parce qu'elles craignent que les concentrations des media, spécialement les rachats par des entreprises étrangères, puissent mettre en cause la liberté d'expression de leurs nationaux, ainsi que la diversité culturelle existante.

De nombreux Etats membres ont adopté une politique de protection de la presse écrite vis-à-vis des radiodiffuseurs. Ces mesures protectrices peuvent prendre la forme de limitations imposées aux radiodiffuseurs en matière de publicité et de mesures financières préférentielles pour la presse (tarifs de distribution et de télécommunications préférentiels ; subventions directes ou indirectes, générales ou spéciales, etc). Dans certains pays tels que la France, l'Allemagne et la Suisse, des limites en matière de durée et/ou de type de publicité radiodiffusée ont été fixées pour protéger la presse. La Suisse a prévu que la politique en matière de radio et de télévision devra tenir compte de la situation de la presse (Article 55 bis de la Constitution). Le point de vue de l'Allemagne est que la radiodiffusion, prise dans son ensemble, devrait fournir un service public de base. A cette fin, l'Allemagne a pris des mesures pour garantir un tel service par le biais d'exigences en matière de programmes, bien qu'elle ait réalisé que les radiodiffuseurs privés doivent agir sur un marché et qu'il n'est pas possible de les lier trop étroitement par des exigences de service public. Au lieu de cela, l'Allemagne a un certain nombre de radiodiffuseurs publics qui ne sont pas tenus d'agir selon les conditions du marché et sont, de ce fait, mieux à même de satisfaire aux exigences en matière de programmes et aux autres exigences qui devraient garantir le service public de base. En Belgique, la création de chaînes nationales privées a été organisée en sorte de permettre la participation de la presse à la création de ces nouvelles chaînes : par un accord politique dans la Communauté Française et par la loi dans la Communauté Flamande.

4.2. Droits fondamentaux

Les Etats membres du Conseil de l'Europe ne partagent pas une approche uniforme quant aux procédures d'intégration des Conventions du Conseil de l'Europe en droit interne. Le statut juridique accordé à celles-ci après leur intégration varie également. A titre d'exemple, dans certains Etats membres, les Conventions du Conseil de l'Europe (de même que les accords internationaux en général) ont valeur de droit constitutionnel après leur ratification, alors que, dans d'autres Etats membres, elles ne bénéficient pas de ce statut. Par ailleurs, certains Etats membres souscrivent à la théorie moniste du droit international des traités alors que d'autres souscrivent à la théorie dualiste. Cela signifie qu'une éventuelle convention du Conseil de l'Europe destinée à coordonner les mesures nationales dans le domaine des concentrations des media serait soumise à différentes procédures d'intégration et bénéficierait de statuts divergents en droit interne après son intégration.

La liberté d'expression est consacrée à l'Article 10, paragraphe 1, de la Convention européenne de Droits de l'homme. Des limitations à cette liberté ne sont possibles que dans le cadre de l'Article 10, paragraphe 2. Cependant, la Convention, ainsi qu'indiqué précédemment, ne dispose pas du même statut dans tous les Etats membres du Conseil de l'Europe. Dans certains Etats membres, la Constitution nationale peut prévaloir ; dans d'autres Etats membres, la protection de la liberté d'expression dans la Constitution nationale peut revêtir un niveau supérieur à celui de la Convention.

4.3. Mesures dans le domaine du droit économique

Dans de nombreux cas, les entreprises du secteur des media sont soumises aux dispositions générales du droit économique. Ces dispositions générales peuvent interdire les accords de cartel ou prescrire le contenu éventuel de ces accords de cartel, d'une manière détaillée. Elle peuvent interdire l'abus d'une position économique dominante et/ou peuvent limiter la concentration des entreprises.

A titre d'exemple, la Finlande ne soumet pas les radiodiffuseurs à la législation sur la concurrence. L'Allemagne possède des dispositions particulières en matière de contrôle des concentrations à l'égard des entreprises dont les activités consistent, dans leur ensemble ou partiellement, en la publication, la production ou la distribution de journaux et de magazines, en raison de la taille économique plus petite de ces entreprises au regard des entreprises d'autres secteurs. Les concentrations d'autres entreprises du secteur des media sont contrôlées sur la base des dispositions générales en matière de concentration. En Allemagne, seul le législateur fédéral peut entreprendre une action sur la base des politiques économiques. Cette action peut concerner en particulier les entreprises du secteur des media mais ses motifs ne doivent pas être liés au contenu de ces media. Il doit s'agir de motifs purement économiques, c'est-à-dire de motifs fondés sur des considérations de droit de la concurrence. L'Italie dispose d'une législation générale sur la concurrence et d'une législation générale sur les concentrations, ainsi que d'une législation spéciale de contrôle des opérations de concentration dans le secteur de l'édition et dans celui de la radiodiffusion.

Lorsqu'il existe une législation sur la concentration ou une législation interdisant l'abus d'une position économique dominante, se pose le problème de définir le marché pertinent, de décider à partir de quel moment il y a position dominante sur ce marché pertinent et de décider à partir de quel moment il y a abus de cette position dominante; de décider quel niveau maximal de concentration est autorisé et quels critères doivent être utilisés : pourcentage de part de marché, chiffre d'affaires ou une combinaison de ces deux éléments. Dans de nombreux cas, le concept d'intérêt public ou d'intérêt général est utilisé en tant que critère pour évaluer s'il existe un abus de position dominante ou si une opération de concentration donnée devrait ou non être interdite. Au Royaume-Uni, le "test de l'intérêt public" requiert de la Commission des Monopoles et des Fusions (MMC) de rendre compte sur le point de savoir "si l'on peut s'attendre à ce que le transfert en question va à l'encontre de l'intérêt public".

4.4. Mesures dans le domaine du droit des media

En dehors des mesures générales du droit économique qui sont relatives à la concurrence et/ou aux concentrations, des mesures économiques sont également utilisées pour atteindre les buts des politiques en matière de media ; ces mesures sont énoncées dans le droit des media. Elles limitent habituellement la participation, dans des entreprises du secteur des media, des personnes qui participent déjà, dans une certaine mesure, dans d'autres entreprises de media, sur le même marché ou même sur des marchés différents. La France, l'Italie, l'Espagne, le Royaume-Uni et certains Länder de l'Allemagne (Bade-Würtemberg, Bavière, Hambourg, Hesse, Basse Saxe) ont adopté des mesures de ce type, même s'ils utilisent des critères différents. Ce type de mesures existe également aux Etats-Unis et au Canada.

Les mesures économiques de ce type interviennent normalement en combinaison avec une politique d'octroi de licences pour la radio et la télévision. Une politique d'octroi de licences peut définir des limitations, à l'égard des personnes détenant (un certain nombre de) licences, quant à leur participation dans d'autres entreprises du secteur des media. Une politique en matière de licences peut également, de façon générale, limiter le nombre de licences qu'une personne (physique ou morale) peut détenir ou imposer des limitations quant à la combinaison de licences qu'une personne peut détenir dans différents media.

Les licences peuvent être combinées avec toutes sortes de prescriptions en matière de programmes ou à l'égard des programmes promis par le candidat, telles que des exigences en matière d'objectivité, en matière de respect des minorités, en matière de type de programme, etc. Ces exigences prescrites en droit, ou que le candidat s'est engagé à respecter lors de sa candidature à une licence, sont destinées à garantir le pluralisme et la diversité dans le domaine de la radiodiffusion, en tant que moyen de garantir le droit de tout individu à la liberté d'expression.

Dans la plupart des Etats membres, l'Etat n'intervient pas dans le secteur de la presse; souvent, la liberté de la presse est mentionnée explicitement dans la Constitution. De ce fait, il n'existe habituellement pas de mesures spécifiques pour limiter les concentrations de presse. Les mesures habituellement prises consistent en des mesures positives pour empêcher ou retarder la nécessité économique d'une concentration (tarif postaux, de distribution préférentiels ; prêts à des conditions préférentielles ; subventions d'investissement ; etc). Cependant, dans certains Etats membres, des mesures particulières interdisant certaines opérations de concentration de presse ou des positions dominantes donnant un certain contrôle sur le secteur de la presse existent (France, Royaume-Uni, Irlande, Italie) ou sont prévues (Pays-Bas). En Allemagne, une intervention dans le domaine de la liberté de la presse n'est jugée possible que pour des motifs extérieurs au contenu de la presse, ce qui signifie qu'une telle intervention n'est possible que pour des raisons purement économiques, c'est-à-dire pour des raisons liées au droit de la concurrence. En Belgique, la loi sur les media propose des critères purement économiques dans la Communauté française. De même, aux Pays-Bas, le contenu des organes de presse ne peut être pris en compte lors d'une intervention dans le secteur de la presse pour des considérations de pluralité des media. Aussi, ce pays a l'intention d'utiliser des instruments neutres, c'est-à-dire objectifs du point de vue économique, ayant trait au droit de la concurrence, pour atteindre l'objectif de pluralité des media.

4.5. Evaluation de l'efficacité des dispositifs anti-concentration dans le secteur des media

L'évaluation de l'efficacité des dispositifs anti-concentration dans le secteur des media ne peut être menée de manière mécanique. Des circonstances historiques ont souvent déterminé l'adoption et la mise en place de tels dispositifs et il faudrait, pour chaque cas, analyser les spécificités des situations.

Dans le domaine de la presse et de la communication audiovisuelle, on peut distinguer trois cas de figure:

- Un premier cas de figure est l'absence de dispositif anti-concentration. Les raisons d'une telle absence peuvent être diverses : difficultés constitutionnelles, politiques, absence de problème réel, mais aussi sous-estimation des risques, etc. Dans certains cas, un faible niveau de concentration peut, par le seul jeu du marché, perdurer en l'absence de mesures anti-concentration. Néanmoins, l'absence de dispositif anti-concentration constitue vraisemblablement un facteur favorable pour le développement de la concentration. Ainsi, l'absence de dispositif préventif a certainement été un facteur important en Autriche, en Belgique ou en Hongrie pour les prises de participation substantielles dans la presse nationale par des groupes étrangers.

- Un second cas de figure consiste en l'existence de dispositifs préventifs issus du droit commun de la concurrence, aux modalités d'application relativement automatiques : tel est, par exemple, le cas du dispositif allemand du droit de la concurrence, qui a conduit l'Office des Cartels à interdire certaines fusions, sans néanmoins entraîner la disparition des titres considérés. La définition d'une méthodologie rigoureuse d'évaluation de la concentration, précisant les critères de définition des marchés considérés et des indicateurs de mesure de parts de marché, constitue la principale difficulté d'application des mécanismes "automatiques". Des difficultés peuvent surgir lorsque la législation du droit commun de la concurrence confère à l'autorité ministérielle un pouvoir de contrôle, qui peut s'avérer peu compatible avec la liberté de la presse (tel était, par exemple, le cas de la situation créée par la loi française du 19 juillet 1977).

- Un troisième cas de figure consiste en l'application de dispositifs préventifs spécifiques au secteur de la presse ou de la communication audiovisuelle.

L'évaluation rigoureuse de certains de ces dispositifs est rendue difficile par le fait que leur adoption est postérieure à l'établissement d'une concentration avancée : tel est le cas par exemple des limitations au contrôle de plus de 30 % du marché de la presse quotidienne établies par la loi française sur la presse du 23 octobre 1984.

Les dispositifs préventifs (par exemple, ceux existant en Espagne, en France, au Portugal et dans certains Länder allemands) qui limitent les possibilités de propriété croisée entre presse et organismes de radiodiffusion paraissent, dans l'ensemble, fonctionner. Ils font cependant souvent l'objet de critiques de la part de certains acteurs, qui estiment qu'ils empêchent la constitution de groupes multimedia nationaux qui seraient concurrentiels à l'échelon international. Aux Etats-Unis, l'application d'un dispositif similaire a conduit M. Murdoch à revendre un de ses titres dès lors qu'il a pris le contrôle d'une station de télévision

sur le marché de Boston. En Italie, l'application de la loi du 6 août 1990 verra M. Berlusconi abandonner ses activités éditrices dans le secteur de la presse quotidienne et a déjà découragé le groupe Rizzoli/Corriere della Sera d'investir dans la télévision. La faiblesse du dispositif de la loi française du 30 novembre 1986 a parfois été critiquée par certains observateurs, dès lors qu'il n'a pas empêché la prise de contrôle de La Cinq par le groupe Hachette, en dépit de la position importante que ce groupe occupe dans le secteur de la presse et de la radio.

4.6. Autres mesures pour limiter les risques liés aux concentrations des media

Les formules réglementaires du droit de la concurrence ou de la communication ne sont pas les seules à considérer pour lutter contre les effets négatifs de la concentration sur le pluralisme. Le recours à des dispositions du droit des sociétés (par exemple, la société en commandite, qui dissocie propriété économique et faculté de gestion) peut s'avérer être une formule intéressante pour assurer l'autonomie de gestion et l'autonomie éditoriale. Des accords contractuels peuvent, dans le meilleur des cas, permettre à un quotidien de conserver sa ligne éditoriale après son absorption dans un groupe éditorial d'obédience idéologique diverse (cas de la Libre Belgique après son absorption par le groupe Brébart).

D'une manière générale, il semble que des mesures de soutien aux entreprises de communication sont souvent de nature à assurer de manière plus efficace la promotion du pluralisme que des mesures restrictives dont le bien fondé constitutionnel pourrait soulever des doutes ou qui pourraient s'avérer difficiles à appliquer.

Suivant les situations, ces mesures de soutien peuvent prendre différentes formes :

- mesures de soutien sous forme de subventions directes (suivant les cas, automatiques et/ou sélectives),
- mesures de soutien sous forme d'incitations indirectes (en particulier incitations fiscales : taux réduit de TVA, mécanismes fiscaux d'incitation à l'investissement dans le secteur de la production audiovisuelle, etc.),
- soutien à la formation.

Le soutien financier aux media peut interférer avec le marché et peut changer les structures du marché. Tout dépend du montant, de la durée et de la structure de ce soutien. Le soutien financier accordé à la presse mais non, par exemple, aux radiodiffuseurs privés peut être jugé discriminatoire. Des mesures générales telles que, par exemple, un taux zéro de T.V.A. pour les journaux peuvent non seulement être jugées discriminatoires vis-à-vis des radiodiffuseurs mais favoriser tous les journaux, y compris les plus rentables, donnant à ces derniers la possibilité de réserver des moyens extra-financiers pour, par exemple, des prises de contrôle. Une telle mesure, comme toutes autres mesures générales non dirigées telles que des tarifs de distribution et de télécommunication préférentiels, peut favoriser l'industrie des media dans son ensemble mais ne peut contribuer à la survie des journaux les plus faibles, eu égard au fait que de telles mesures n'affecteraient pas les relations de concurrence au sein du marché sur lequel ces journaux forts et faibles sont en concurrence. D'après l'expérience de la Suède, on peut conclure que seul un soutien financier important et permanent,

s'adressant aux media qui ne seraient pas en mesure de survivre dans un marché concurrentiel, peut dans certaines circonstances être en mesure de sauvegarder le pluralisme dans le cadre de chaque marché donné.

Sous réserve d'un examen plus large, les types de mesures positives qui ont prouvé qu'elles peuvent promouvoir le pluralisme (même si elles peuvent ne pas fonctionner dans toutes les circonstances) sont une politique d'octroi de licences, des prescriptions en matière de programmes et des restrictions en matière de publicité. Toutefois, de telles mesures peuvent soulever des problèmes de nature constitutionnelle dans certains pays où le niveau de protection constitutionnelle des media est particulièrement élevé.

Enfin, la formation des citoyens et des jeunes à une utilisation intelligente et critique des media peut contribuer à atténuer les effets négatifs de la concentration économique, dont un des risques est qu'elle entraîne une concentration des pratiques de consommation culturelles focalisées sur un nombre réduit de produits ou de programmes. Cette formation peut porter non seulement sur l'analyse critique de l'information, mais également sur l'étude des mécanismes de fonctionnement du système des media et des industries culturelles, ainsi que sur l'apprentissage de la découverte de la richesse de l'offre d'informations et d'oeuvres culturelles.

ANNEXE I

**LES 12 PREMIERS GROUPES EDITORIAUX
MONDIAUX EN 1989**

		Chiffre d'affaires en millions de \$	Profits en millions de \$
Dai Nippon Printing	Japon	7.892	274
Time Warner	USA	7.642	256
Toppan Printing	Japon	7.217	225
Bertelsmann	RFA	6.717	138
News Corp.	Australie	6.453	949
Thomson Corp.	Canada	5.112	929
Hachette	France	4.606	74
Gannett	USA	3.523	398
Times Mirror	USA	3.517	298
R.R.Donnelly	USA	3.128	222
Moore	Canada	2.751	202
Reed International	G.B.	2.749	881

Source : Fortune

LES 10 PREMIERS GROUPES DE
COMMUNICATION AUX ETATS-UNIS EN 1989 ET 1988

	Chiffre d'affaire total		croissance 89/88	Chiffre d'affaire journaux		Chiffre d'affaire magazines		C.A. radiodiffusion		C.A. TVcâble		Autres médias	
	1989	1988		1989	1988	1989	1988	1989	1988	1989	1988	1989	1988
Capitol Cities/ABC	4767	4588,5	3,9	490,9	468,9	376,1	370	3584,8	3508,5	315,1	241,1		
Time Warner	4575	4142	10,5			1855	1752			2720	2300		
Cnnw	3518,2	3314,5	6,1	2852	2697,9			408,3	390,5			257,9	226,1
General Electric/NBC	3382	3638	6,8					3392	3368				
CBS Inc	2959,9	2776,8	6,6					2959,8	2776,8				
Advance Publications	2881,7	2655,5	8,5	1745	1681,1	841,9	745			294,8	220,4		
Times Mirror	2807,1	2677,9	4,8	2065,9	1997,1	305,9	298,5	182,8	89	332,5	282,7		
ICI	2353	1705,1	38							2353	1705,1		
Knight Ridder	2261,8	2077,1	8,9	1888,4	1917,4							273,4	159,7
Huws Corp	2203	1683,3	30,9	284	195,7	713	509,6	700	620			506	358

Source : Advertising Age

Présence des entreprises audiovisuelles américaines dans les diverses activités du secteur

IDATE Analyses Industrielles

(en millions de \$)	CA AV 88	CINEMA			TELEVISION				VIDEO Distr.	DISQUE	RADIO
		Prod.	Distr.	Exploit.	Prod.	Distr.	Diff. hertz.	Diff. câble			
Capital Cities/ABC	3749				x		xxx	xx	x		xxx
NBC	3638						xxx	x			xxx
CBS	2780				x		xxx		xx		xxx
MCA	2290	xxx	xxx	xx	xxx	xxx	xx	xxx	xxx	xxx	
Warner	2027	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx			xxx	xxx	
Paramount	1862	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	xx	xxx	xxx		
Columbia	1616	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx			xxx		
Walt Disney	1149	xxx	xxx		xxx	xxx	xx	xxx	xxx		
Cox Enterprises	1090							xxx			xxx
PBS	1086							xxx			xxx
Viacom	945				xx	xx	xx	xxx			
Time	810	xx			xx			xxx	xx		
Turner Broadcasting	777				xxx	xxx	xxx	xxx			
Home Shopping Network	730						xxx	xxx			
TCI	589			xx				xxx			
MGM/UA	675	xxx	xxx		xxx	xxx			xxx		
Westinghouse	633				xx		xxx				
United Artists	577			xxx					x		
Lorimar Telepictures	528	x	x		xxx	xxx			xxx		
Tribune	506						xxx				xxx
Orion Pictures	469		xxx		x	xxx			xxx		
AMC Entertainment	467			xxx							
UIP	380		xxx								
General Cinema	380			xxx				x			
Pathe Communications	371	xxx									
Vestron	335	xxx									
Great American	319				xxx		xxx		xxx		
King World Productions	280	xxx							xxx		xxx
New World Entertainment	279	xxx									
Scripps Howard	275						xxx				
Chris-Craft	231						xxx				
LIN Broadcasting	226						xxx				
Multimedia	202				xx		xxx				
Media General	198						xxx				
All Belo	166						xxx				
Carolco	165	xxx					xxx				

Classement par CA des 100 premières entreprises audiovisuelles mondiales en 1988
(en millions de \$)

Rang	Firmes	Pays	CA total 88 88/89	CA AV 88 88/89	CA AV / CA total (%)
1	Capital Cities/ABC	USA	4773	3749	78.55
2	General Electric/NBC	USA	50089	3638	7.26
3	Fujisankei	Japon	4876	2970	60.91
4	ARD	RFA	2970	2970	100
5	CBS	USA	2780	2780	100
6	NHK	Japon	2737	2737	100
7	Sony	Japon	9810	2577	26.27
8	MCA	USA	3024	2290	75.73
9	Fininvest	Italie	4748	2152	45.32
10	Warner	USA	4206	2027	48.19
11	Bertelsmann	RFA	7118	1974	27.7
12	BBC	RU	1911	1911	100
13	RAI	Italie	1865	1865	100
14	G&W/Paramount	USA	5108	1862	36.45
15	Polygram (Philips)	Pays-Bas	28047	1711	6.1
16	Columbia Pictures	USA	1616	1616	100
17	Yomiuri Grop	Japon	nd	1592	nd
18	Newscorp	Australie	6396	1580	24.7
19	Tokyo Broadcasting	Japon	1402	1402	100
20	Thom-Emi	RU	5604	1304	23.27
21	Walt Disney	USA	3438	1149	33.42
22	Cox Enterprises	USA	1816	1090*	60.02
23	PBS	USA	1084	1084	100
24	Asahi National Broadcasting	Japon	1074	1074	100
25	Viacom	USA	1258	945	75.12
26	Toho	Japon	1128	904	80.14
27	CBC/SRC	Canada	896	896	100
28	ZDF	RFA	866	866	100
29	Time	USA	4500	810	18
30	TF1	France	779	779	100
31	Turner (TBS)	USA	807	777	96.28
32	Home Shopping Network	USA	730	730	100
33	Canal Plus	France	729	729	100
34	RTVE	Espagne	700	700	100
35	Cineplex Odeon	Canada	696	696	100
36	MGM/UA	USA	675	675	100
37	Westinghouse	USA	12499	633	5.06
38	NOS	Pays-Bas	598	598	100
39	TCI	USA	2282	589	25.81
40	CVN	USA	588*	588*	100
41	Thames TV	RU	578	578	100
42	United Artists	USA	842	577	68.53
43	Toei	Japon	774	557	71.96
44	Rede Globo (1989)	Brésil	nd	555	
45	Lorimar Telepictures	USA	678	528*	77.88
46	Asahi Broadcasting	Japon	546	518	94.87
47	Tribune	USA	2334	506	21.68
48	Sveriges Radio	Suède	490	490	100
49	Orion Pictures Corp.	USA	469	469	100
50	FR3	France	468	468	100

Rang	Firmes	Pays	CA total 88 88/89	CA AV 88 88/89	CA AV / CA total (%)
51	Central Independant TV	RU	467	467	100
52	Mainichi Broadcasting	Japon	420*	420*	100
53	AMC Entertainment	USA	465	465	100
54	ORF	Autriche	459	459	100
55	Virgin	USA	1140	456	40
56	UIP	USA	446	446	100
57	SSR/SRG	Suisse	439	439	100
58	LWT	RU	426	426	100
59	Antenne 2	France	423	423	100
60	Granada	RU	2600	418	16,08
61	Television Tokyo Channel 12	Japon	414	414	100
62	Liberty Corp.	USA	401	401	100
63	ABC (Australie)	Australie	400*	400*	100
64	Gannett	USA	3314	391	11,8
65	Qintex	Australie	383	383	100
66	TV South	RU	381	381	100
67	General Cinema	USA	2323	380	16,36
68	Bond Media	Australie	378	378	100
69	Kansai Telecasting	Japon	305*	305*	100
70	Pathe Communications	USA	371	371	100
71	Carlton Communication	RU	370	370	100
72	Rank	RU	1458	360	24,69
73	Yleisradio	Finlande	349	349	100
74	Beta-Taurus	RFA	342*	342*	100
75	Vestron	USA	335	335	100
76	Shochiku	Japon	364	330	90,66
77	Channel 4	RU	322	322	100
78	Radio France	France	321	321	100
79	Great American	USA	382	319	83,51
80	CLT	Lux.	316	316	100
81	Nippon Columbia	Japon	747	299	40,03
82	Liebermann Ent. (87)	USA	299	299	100
83	King World Productions	USA	280	280	100
84	New World Entertainment	USA	279	279	100
85	Scripps Howard	USA	1214	275	22,65
86	DR	Danemark	274	274	100
87	Hachette	France	4097	269	6,57
88	NRK	Norvège	252*	252*	100
89	Yorkshire TV	RU	246	246	100
90	Chris-Craft	USA	251	231	92,03
91	HTV	RU	227	227	100
92	LIN Broadcasting	USA	226	226	100
93	Nippon Broadcasting	Japon	226*	226*	100
94	Chubu Nippon Broad.	Japon	217	204	94,01
95	Multimedia	USA	440	202	45,91
96	Media General	USA	756	198	26,19
97	Tokai TV Broadcasting	Japon	194	194	100
98	QVC	USA	193	193	100
99	BRT	Beigique	190	190	100
100	HWT	RU	180	180	100

* estimation

Source : IDATE

**PARTS DE MARCHÉ DETENUES PAR LES 5
PREMIERS GROUPES DANS LES DIFFÉRENTS SECTEURS DE LA COMMUNICATION EN 1989**

	PRESSE QUOTIDIENNE NATIONALE	PRESSE REGIONALE ET PROVINCIALE	ENSEMBLE PRESSE QUOTIDIENNE	PRESSE HEBDOMADAIRE	PRESSE SPECIALISEE GRAND PUBLIC	PRESSE SPECIALISEE TECHNIQUE ET PROFESSIONNELLE
ALLEMAGNE	98	23		49 (?)	49	
AUTRICHE	75,4	23,4				
ESPAGNE	96,79	51,23		83,48	57,13	27,52
FINLANDE	100					
IRLANDE	100	-		100		
ITALIE	86,1	55,11			52,47	
MALTE (1990)	96 (1)			100(1)		
PAYS-BAS	96	60			86,1	
ROYAUME-UNI (1988)	-	-	58,3			
PORTUGAL	81(1)	-		76 (2)	59	nd
SUEDE	84	40				

(1) trois premiers groupes

(2) quatre premiers groupes

Source : IDATE d'après réponses aux questionnaires

ANNEXE II

**ETAT DES LEGISLATIONS DES ETATS MEMBRES
EN MATIERE DE PLURALISME ET DE CONCENTRATIONS DE MEDIA**

	Dispositions Générales sur la concentration	Dispositions sur la concentration de la presse	Dispositions sur la propriété croisée	Soutien à la presse écrite
AUTRICHE	oui	non	non	oui
BELGIQUE	oui	non	oui	oui
ALLEMAGNE	oui	oui	oui	
FINLANDE	non	non	non	oui
FRANCE	oui	oui	oui	oui
GRECE	oui	non	non	oui
ITALIE	oui	oui	oui	oui
PAYS-BAS	oui	non	non	oui
PORTUGAL	oui	oui	oui	oui
ESPAGNE	oui	non	oui	oui
SUEDE	oui	non	non	oui
SUISSE	oui	non	oui	oui
ROYAUME- UNI	oui	oui	oui	non

A N N E X E III

LISTE DES MESURES SUSCEPTIBLES D'ETRE PRISES POUR GARANTIR LE PLURALISME

Au cours de ses travaux sur les concentrations des media, le Groupe de travail élargi sur les concentrations des media (CDMM-GT-CM) a identifié un certain nombre de mesures qui pourraient être adoptées par les Etats membres en vue de garantir et promouvoir le pluralisme. En complément au recensement de ces mesures, qui doivent être perçues comme étant facultatives et non exhaustives, le Groupe de travail a également estimé approprié de suggérer diverses voies selon lesquelles ces mesures pourraient être mises en oeuvre en pratique. Il convient de noter que certaines de ces mesures font déjà partie de la politique de certains Etats dans le domaine des concentrations des media (par exemple, celles relatives aux mécanismes de soutien) alors que d'autres sont plus novatrices (par exemple, celles ayant trait à la coopération européenne).

I. Mesures de soutien

- Instaurer ou maintenir des systèmes de soutien permettant aux entreprises de communication en difficulté ou contraintes de s'adapter à des changements de conditions structurelles de poursuivre leurs activités;
- Oeuvrer au maintien d'un équilibre entre mesures de soutien générales et mesures sélectives, en sorte que celles-ci bénéficient prioritairement aux entreprises confrontées à des difficultés et dont les difficultés peuvent être éliminées par l'octroi d'un tel soutien ;
- Instaurer ou maintenir des systèmes de soutien favorisant la création de nouveaux organes de communication;
- S'assurer que les aides publiques, tant générales que sélectives, sont accordées sur la base de critères explicites et non partisans, et que l'octroi de ces aides est soumis au contrôle d'organismes indépendants;
- Réexaminer périodiquement les modalités d'attribution de ces soutiens, afin d'éviter qu'ils ne constituent un encouragement involontaire et fortuit au processus de concentration des media ou ne constituent un enrichissement indu pour les entreprises bénéficiant de ces soutiens.

II. Statut des professionnels

- Sous réserve du droit constitutionnel des Etats membres, sauvegarder l'autonomie éditoriale des personnels des entreprises de communication face aux risques que peuvent faire peser sur cette autonomie les concentrations des media, spécialement en cas de changement d'orientation de l'organe de communication qui les emploie (clause de conscience);
- S'assurer que cette garantie soit définie, en principe, par la voie législative ou, à titre subsidiaire, par le biais de conventions professionnelles;
- Encourager la participation des personnels des entreprises de communication à la gestion et à la direction de celles-ci, notamment à travers la mise en place de dispositifs juridiques et financiers facilitant l'actionnariat de ces personnels dans le capital des entreprises qui les emploient ou le rachat de ces entreprises lorsqu'elles sont en difficulté.

III. Règlementation des activités et statut des entreprises de communication

- Etablir, en tenant compte des intérêts légitimes des entreprises et groupes de communication, des règles de transparence sur leurs structures de propriété et de décision, leurs sources de financement et leurs bilans, tout en permettant au public d'accéder le plus largement possible aux données communiquées en application de ces règles;
- Etudier la mise en place de dispositions législatives ou réglementaires garantissant le maintien d'une pluralité de media indépendants, à travers des mesures telles que la détermination de seuils appropriés en matière de propriété des media;
- S'assurer que ces réglementations reposent sur une définition claire des situations à prendre en considération pour évaluer la concentration des media;
- Veiller à ce que ces réglementations soient équilibrées avec d'autres mesures positives visant à garantir le pluralisme;
- Veiller à ce que ces réglementations tiennent compte de la taille des Etats et de leur population, de la limitation géographique et linguistique de certains marchés, de la diversité des modes de distribution accessibles aux entreprises de communication et du principe de la liberté d'entreprise;
- Veiller à ce que l'application de ces réglementations soit modulée en fonction de la particularité de chaque situation, compte tenu des aspects positifs qui peuvent résulter de la concentration des media et des risques que pourrait engendrer une application trop rigoureuse de ces réglementations;
- Garantir l'autonomie des instances chargées de l'application des réglementations relatives au pluralisme et à la concentration des media à l'encontre de toute influence extérieure autre que le rôle légitime joué par les pouvoirs publics à leur égard;

- Lors de la définition des procédures relatives à l'octroi d'autorisations d'exploiter un service de radiodiffusion, s'assurer que l'octroi d'une autorisation à un demandeur donné n'entraînera pas de conséquences défavorables pour le pluralisme. A cette fin, tenir compte du contrôle déjà exercé par ce demandeur sur d'autres entreprises du secteur des media. Etudier la possibilité de prendre en compte le contrôle exercé par le demandeur sur des entreprises du secteur des media installées dans d'autres pays européens.

Il est à noter que les Etats membres pourraient compléter les mesures précitées en développant, dès le stade de l'enseignement scolaire, l'éducation du public à l'utilisation des différents types de media à sa disposition, ainsi qu'à une approche critique de leur contenu.

IV. Coopération européenne

- Lors de l'examen par un Etat membre de l'opportunité d'adopter ou non des mesures relatives aux concentrations des media, tenir compte des conséquences que pourrait avoir l'adoption ou la non-adoption de telles mesures pour le maintien du pluralisme dans les autres Etats membres. A cette fin, étudier l'opportunité d'instaurer des procédures de consultation entre les Etats membres sur ces questions.

- Dans le cadre du Conseil de l'Europe, suivre, par le biais de mécanismes appropriés, l'évolution de la concentration des media à l'échelle européenne, ainsi que la législation et la politique des Etats membres en la matière, en vue de déterminer si des mesures sont nécessaires, au niveau européen, pour sauvegarder le pluralisme, et de permettre aux Etats membres d'échanger leurs expériences sur ce sujet.

Dans ce cadre, tenir compte des travaux poursuivis en la matière dans d'autres enceintes internationales.