

### **Communiqué : Les sites d'échanges vidéo doivent contribuer à l'économie matérielle et immatérielle de l'Internet**

La Confédération des Producteurs Audiovisuels, qui regroupe 80 % des producteurs de tous genres de programmes pour la télévision et les nouveaux médias, se félicite de la prise de position du Ministre de l'Economie Numérique, après celle du Ministre de la Culture et de la Communication, sur la nécessité d'intégrer les opérateurs de sites d'échanges de programmes audiovisuels dans l'économie de l'Audiovisuel.

À juste titre, Eric Besson souhaite que cette intégration porte à la fois sur la dimension matérielle d'Internet, celle des réseaux, et sur sa dimension immatérielle, celle des contenus, particulièrement des programmes audiovisuels. Ne pas faire participer les gros consommateurs de bande passante au coût de l'extension des réseaux conduit, entre autres, à faire supporter le coût du piratage aux internautes qui ne le pratiquent pas, ce qui constituerait une pour le moins surprenante approche de la « neutralité du net » !

Mais la contribution à la création de contenus, à laquelle il est très heureux qu'Eric Besson s'intéresse aujourd'hui, est tout aussi importante, alors qu'Internet est devenu l'un des principaux modes de distribution de contenus audiovisuels et que la vidéo y occupe une place toujours plus importante.

Une part croissante des ressources publicitaires collectées par la télévision traditionnelle, qui financent jusqu'à présent la quasi-totalité des programmes et sur lesquelles pèsent les obligations de financement des contenus, est désormais captée par des « intermédiaires de l'Internet ». Les contenus audiovisuels de tout genre sont le principal « produit d'appel » de ce déplacement des investissements publicitaires.

Si l'industrie française des programmes doit continuer à jouer un rôle majeur en répondant à la demande croissante d'images sur tous les supports, alors il est plus que jamais nécessaire que les ressources publicitaires captées par l'Internet contribuent au financement de ces contenus. Pourquoi devrait-on parler de taxe Google quand dans la télévision traditionnelle on ne parle pas de taxe TF1 ou NRJ12, mais tout simplement de quota de production ? Il s'agit tout simplement d'assurer la pérennité du financement des images.

La CPA demande que la nécessaire contribution des opérateurs de sites d'échanges de contenus au financement de la production audiovisuelle dans tous les genres de programmes fasse l'objet dans les prochains mois d'un débat ouvert, et avant la fin de l'année d'une proposition effective par les Pouvoirs publics.

Le 11 février 2011