

**CHAIRE MEDIA & DIGITAL**

# **L'évolution des frontières entre diffuseurs et producteurs : mécanismes, enjeux, perspectives**

**Comment la relation diffuseur-producteur peut-elle constituer un levier de  
croissance et de dynamisation pour un groupe audiovisuel français ?**

Margot GRELLIER, Martin LUNEAU, Elisabeth ROUX

## Résumé

---

Au cours des vingt dernières années, le secteur audiovisuel a connu d'importantes transformations, qui remettent en cause les modèles classiques des grands groupes, ainsi que les frontières traditionnelles producteurs/diffuseurs. Ces dernières, malgré un cadre réglementaire français obsolète peinant à évoluer pour accompagner les changements du secteur, sont petit à petit en train de se redéfinir face à de nouveaux enjeux. La détention des droits sur les contenus, l'intégration verticale liée au numérique et aux nouveaux usages, la réglementation sur les parts de production dépendantes et indépendantes, sont autant de sujets régulièrement mis sur le tapis. Toutefois, et c'est l'une des raisons de la difficulté rencontrée par les grands groupes à faire évoluer le cadre juridique du secteur audiovisuel, toutes les parties concernées ne défendent pas les mêmes opinions sur les modifications à y apporter.

D'autre part, la nécessité de rivaliser avec les géants anglo-saxons, de faire face aux évolutions apportées par la numérisation des contenus ou encore de répondre à la baisse de la consommation linéaire des programmes a favorisé un contexte de concentration du secteur audiovisuel. En effet, face à la chute des revenus publicitaires et à l'éclatement de la concurrence, notamment sur Internet, les chaînes cherchent à redéfinir leurs conditions d'investissement dans la production de contenu au profit de leur part dépendante, afin de produire davantage en interne et de bénéficier ainsi de droits d'exploitation plus importants sur les contenus. Ces derniers constituent une source de propriété intellectuelle sur laquelle les chaînes entendent de plus en plus capitaliser. Les producteurs, de leur côté, s'organisent et se regroupent au travers de coproductions ou de fusions afin de créer une réelle force créatrice. Pour faire face aux filiales de production des chaînes, la concentration de la production indépendante autour d'acteurs moins nombreux, mais plus solides, leur permettrait d'être réellement force de proposition, et ainsi de produire seuls certains projets originaux.

Face aux transformations du secteur et à ces nouveaux usages, les groupes audiovisuels français doivent donc se remettre en question et porter leurs efforts sur plusieurs leviers. La production interne tout d'abord qui, si elle est contrainte par une législation rigide, leur permettrait de se constituer un catalogue de programmes enrichi. La création de contenus originaux, notamment de séries, peut contribuer d'autre part à la formation d'une identité de marque pour une chaîne, exploitable à l'étranger. Il est également aujourd'hui indispensable pour les groupes audiovisuels historiques d'investir dans la mise en place de plateformes en ligne, que ce soit pour offrir un service de télévision par rattrapage, de VOD ou de SVOD. Ces investissements sont certes risqués à court-terme pour la rentabilité des groupes historiques, mais ils sont à long-terme véritablement impératifs afin d'être des acteurs qui comptent dans le marché de demain.