

Observatoire des mutations des industries culturelles

Réseau international de chercheurs en sciences sociales

Série : « Structures et stratégies financières et industrielles »



omic

La propriété étrangère dans les industries
culturelles et de la communication en France :
un bilan contrasté et une interprétation difficile

Philippe Bouquillion

Paris 8 - CEMTI

Résumé

Prendre la mesure, comme interpréter les conséquences de la propriété étrangère dans les industries culturelles et de la communication en France s'avère une tâche difficile. Le désintérêt, face à cette question, qu'ont éprouvé les responsables politiques, comme les régulateurs, est flagrant. La communauté scientifique s'y est encore insuffisamment intéressée. La présence des capitaux étrangers est pourtant importante. Cet article tente d'établir un premier bilan.

Ce texte a été publié pour la première fois dans Gaëtan Tremblay (dir.), *La propriété étrangère en radio diffusion : le débat canadien à la lumière de l'expérience étrangère*, Les Cahiers Médias, n° 15, Centre d'Études sur les Médias, p. 63-92, juin 2004, Montréal. Nous le diffusons avec l'aimable autorisation de la revue.

Pour citer ce texte :

<Nom de l'auteur>, <Prénom de l'auteur>. <Date>. <« Titre du texte »>. Accessible à cette adresse : <URL de l'article>. Consulté le <Date de consultation>.

Ce texte relève de la législation française sur la propriété intellectuelle. Il peut être consulté et reproduit sur un support papier ou numérique dans le cadre d'un usage strictement personnel, scientifique ou pédagogique. Toute exploitation commerciale est formellement exclue. Toute autre reproduction est interdite sauf accord préalable de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France.

INTRODUCTION

L'économie française est une économie ouverte. La France a souscrit de nombreux engagements internationaux de libéralisation et d'ouverture, sur le plan européen, depuis le Traité de Rome en 1957¹, sur un plan géographiquement plus large à travers les divers accords relatifs au commerce mondial, conclus en vertu du GATT, puis de l'Organisation mondiale du commerce (OMC). De très nombreux biens et services peuvent librement entrer en France, tandis que les capitaux peuvent s'investir librement, y compris dans la plupart des domaines relevant des industries de la culture et de la communication. Dans ces domaines, seule l'entrée dans le capital de certaines entreprises éditrices de presse, de diffusion hertzienne audiovisuelle ou de réseaux hertziens de télécommunications ouverts au public est contingentée.

Les oppositions, maintes fois réaffirmées, du gouvernement français à l'inclusion des domaines culturels et audiovisuels dans cette libéralisation des échanges ne doivent donc pas faire illusion. L'« exception culturelle » n'est pas une barrière à l'entrée des investissements étrangers en France. Tout d'abord, certains domaines des industries de la culture et de la communication ne sont pas concernés par les débats et les restrictions liés à l'exception culturelle. C'est en particulier le cas des services et des infrastructures de télécommunications. Les équipements ainsi que les matériels audiovisuels et de télécommunications échappent également à l'exception culturelle. Ensuite, dans les domaines concernés par l'exception culturelle, les décisions prises n'empêchent ni l'entrée des produits culturels, audiovisuels ou informationnels étrangers en France, ni l'installation d'entreprises étrangères, ni la pénétration des investisseurs étrangers dans le capital des entreprises françaises.

Les demandes françaises ont plutôt concerné le maintien d'une compétence juridique et judiciaire nationale, comme l'ont illustré les négociations autour de l'Accord multilatéral sur l'investissement (AMI) et le maintien de dispositifs dérogeant au droit commun de la concurrence, donc accusés de fausser celle-ci. Peuvent être cités, l'existence d'un secteur public audiovisuel et radiophonique, les quotas de diffusion d'œuvres originales européennes et d'investissement dans la production pour les diffuseurs audiovisuels, les fonds de financement de la production cinématographique et audiovisuelle, la loi sur le prix unique du livre, le système d'aide aux entreprises de presse et d'aide à la diffusion de la presse, etc. La liste est longue et ne peut être retracée ici de manière exhaustive.

Ces dispositifs font d'ailleurs l'objet de vives discussions entre artistes, autres professionnels, chercheurs, acteurs économiques, politiques, régulateurs, quant à leurs modalités, à leurs effets, à leurs coûts. Il n'existe pas une position française unique et monolithique. Si certains soulignent que

¹ Ce traité a été précédé et préfiguré par divers dispositifs de coopération avec d'autres pays européens.

sans ces divers systèmes, il n'y aurait, par exemple, plus de cinéma français, d'autres vantent les mérites d'une immersion totale dans la concurrence internationale. Les déclarations de Jean-Marie Messier, alors dirigeant de Vivendi Universal, à cet égard sont nombreuses et ont suscité de vives polémiques, en particulier sur la fin nécessaire de l'exception culturelle française. Les débats ne se limitent pas à l'opposition entre libéraux et partisans de la concurrence d'un côté, et anti-libéraux de l'autre. De manière récurrente depuis la libéralisation du secteur audiovisuel au début des années 1980, nombre d'experts et de professionnels s'interrogent sur la place du service public de télévision, sur ses modalités de financement, sur les missions qui lui incombent et sur les moyens qu'il convient de lui accorder. Ces analystes ou commentateurs s'accordent sur le fait que le service public éprouve des difficultés évidentes à définir ses spécificités. De même, les conséquences de la législation et de la réglementation françaises des droits d'auteurs sur les développements des industries du multimédia sont discutées, tandis que le caractère très inégalitaire du système de répartition des droits est depuis longtemps dénoncé². Dans les domaines non concernés par l'exception culturelle et largement libéralisés, tels que les télécommunications ou Internet, la présence d'acteurs ou d'investisseurs étrangers, et *a fortiori* de produits étrangers, est généralement présentée comme incontournable. Une mise en concurrence rapide et forte a d'ailleurs été considérée dans divers discours³ de l'Union européenne comme le meilleur moyen de défendre les opérateurs européens du secteur.

En somme, en France, peu d'études et peu de débats ont porté directement et à titre principal sur la présence d'opérateurs industriels étrangers en France ou d'investisseurs étrangers dans le capital social des entreprises françaises et *a fortiori* sur les moyens juridiques qui permettraient de les limiter. Les débats sur l'ouverture internationale se sont confondus avec les débats sur le développement de la concurrence et l'insertion des acteurs français dans la concurrence internationale, sur les moyens d'y faire face et sur ses enjeux ou alors sur l'exception culturelle. L'entrée des intérêts étrangers dans les secteurs de la culture et de la communication s'est donc faite de manière peu connue du grand public, voire des autorités politiques et sans que des barrières juridiques fortes s'y opposent. Le cadre économique-technique et réglementaire a favorisé cette pénétration, laquelle se révèle significative, quoique contrastée. La question des facteurs qui conditionnent cette pénétration et ses effets mérite enfin d'être posée.

² Cf. notamment Bernard Miège, *Les Industries du contenu face à l'ordre informationnel*, PUG, 2000.

³ Le rapport Bangemann est à cet égard exemplaire. Cf. Martin Bangemann, (Groupe réuni sous la présidence de), *Rapport sur l'Europe et la société de l'information planétaire*, Bulletin de l'Union européenne, supplément 2/94, Commission européenne, Luxembourg, 1994.

1. UN CADRE FAVORABLE À L'ENTRÉE DES CAPITAUX ÉTRANGERS EN FRANCE

À partir des années 1980 et surtout 1990, ce cadre devient particulièrement favorable. Les capitaux étrangers vont pouvoir profiter à la fois de l'ouverture de nouveaux espaces sectoriels de valorisation du capital au sein des industries de la culture et de la communication et de la constitution de puissants groupes industriels dans ces mêmes domaines, groupes que nous pouvons désigner comme de nouveaux espaces institutionnels de valorisation des capitaux.

1.1. De nouveaux espaces sectoriels de valorisation des capitaux

De nouveaux produits et de nouveaux marchés se développent. Ces espaces naissent sous l'effet conjugué d'importantes mutations techniques et industrielles et de la libéralisation des divers secteurs de la communication. Un ensemble d'innovations techniques ont permis le développement de nouveaux produits qui ont progressivement constitué des activités « industrielles »⁴ nouvelles, telles qu'Internet et les produits multimédias, la téléphonie mobile. Des activités anciennes, telles que les télécommunications, en ont été profondément renouvelées. Les télécommunications, en particulier les infrastructures de télécommunications locales, étaient considérées, en France, au début des années 1990, comme peu stratégiques pour l'avenir et peu susceptibles, après la libéralisation, de dégager des bénéfices. Or, elles sont restées très rentables, notamment grâce à l'offre d'accès à Internet. De même, avec la numérisation, les réseaux de télévision câblée peuvent réglementairement et techniquement, lorsqu'ils ont été modernisés, offrir des services nouveaux, comme l'accès à Internet à haute vitesse ou des services de téléphonie. L'audiovisuel n'est pas en reste, le développement de la télévision satellite numérique a favorisé l'essor de chaînes thématiques, lesquelles, dans une logique de cercle vertueux, ont amené de nouveaux abonnés au satellite, comme au câble. L'ensemble de ces développements concernent les services, les matériels comme les réseaux.

Certes, ces « nouveaux » espaces sont loin d'avoir tous atteint, en France, le seuil de la rentabilité. En particulier, nombre d'activités liées à Internet, au multimédia de même que les réseaux de télévision câblée, sont encore lourdement déficitaires. Les industries éditoriales se sont senties également concernées par la convergence, bien que les formes électroniques d'édition ou de diffusion des produits culturels n'ont pas connu les développements que certains experts pronostiquaient. Dans le domaine des télécommunications, la boucle locale radio (BLR) lancée en 2000 a été un échec. Le développement de la télévision numérique terrestre (TNT) semble fort compromis. Des acteurs déjà présents dans l'audiovisuel, en particulier TF1, la principale chaîne commerciale française à

⁴ La mise entre guillemets veut suggérer que les formes de l'industrialisation prennent des modalités particulières, spécifiques et non réductibles aux modalités de production industrielle à l'œuvre dans d'autres secteurs.

financement publicitaire voit dans la TNT un élément de déstabilisation du secteur, tandis que les autorités publiques comme de régulation semblent avoir de grandes difficultés à définir une politique en la matière. Quoiqu'il en soit, ces « nouveaux » marchés ont pu attirer des opérateurs industriels français, comme étrangers, tandis qu'ils ont accru les besoins de financement des entreprises françaises, donc leur recours aux marchés financiers.

L'entrée des capitaux étrangers ne résulte pas du seul développement de ces techniques et marchés nouveaux. Elle est aussi la conséquence des politiques publiques de libéralisation menées en Europe et en France en direction des nouveaux secteurs, comme des anciens. Diverses activités ont été ouvertes à la concurrence depuis une vingtaine d'années. La presse, le cinéma et les industries éditoriales sont sorties de la tutelle⁵ étroite de l'État depuis longtemps ou n'ont jamais connu le régime du monopole public. En revanche, la télévision et la radio ont été des monopoles publics jusqu'à l'adoption de la loi du 29 juillet 1982. Les télécommunications n'ont été libéralisées que dans les années 1990. Les divers enjeux de ces processus de libéralisation de l'audiovisuel et des télécommunications ne seront pas évoqués ici. Il convient seulement de rappeler que les modalités de ces ouvertures à la concurrence ont, de fait, permis ou favorisé l'entrée des acteurs industriels et financiers étrangers, alors que les statuts antérieurs ne permettaient pas aux chaînes de télévision⁶, ni même à l'opérateur des télécommunications, de développer une dimension internationale forte.

En matière audiovisuelle, la forme de politique industrielle que constitue l'attribution des fréquences a été l'instrument privilégié du contrôle du degré d'ouverture aux capitaux étrangers. En effet, l'État a choisi les groupes industriels auxquels ont été accordées les autorisations. Le souci de l'État a été d'assurer une présence majoritairement française au sein de l'actionnariat de ces groupes, tout en ouvrant la porte aux capitaux étrangers, en particulier européens, dans un souci essentiel de favoriser l'internationalisation des acteurs industriels français de la communication. Dans le domaine de la télévision, c'est donc en fait le pouvoir politique, au plus haut niveau, fréquemment celui de la présidence de la République, qui va décider de l'entrée des intérêts privés. Canal + est ainsi créé en 1984. Cette chaîne à péage, destinée notamment à doter la France d'une expertise et d'une avance industrielles dans ces nouvelles formes de diffusion, est attribuée à un groupe de partenaires essentiellement français. Le groupe étranger de luxe Richemont acquiert toutefois 15 % de Canal +. Puis, les cinquième et sixième réseaux hertziens sont alloués à des groupes d'intérêts privés. C'est ainsi que les intérêts étrangers vont commencer à pénétrer, de manière forte, le capital des diffuseurs audiovisuels français. En 1986, le cinquième réseau est attribué au groupe de Jérôme Seydoux et au groupe italien Berlusconi. La même année, une chaîne musicale, TV6, se met en place sur le sixième

⁵ Au sens d'innervation de l'État en tant qu'opérateur.

⁶ Sauf celles qui sont destinées à émettre vers l'international et qui relevaient de l'appareil audiovisuel extérieur de la France, c'est-à-dire constituant un des outils de la diplomatie culturelle française.

réseau. Ses principaux actionnaires sont français. Il s'agit du groupe de publicité Publicis, de Gaumont et de NRJ. En 1987, l'instance de régulation alors en place, la Commission Nationale de la Communication et des Libertés (CNCL), réattribue le cinquième réseau à un ensemble de partenaires dirigés par deux opérateurs, le groupe de presse Hersant (25 %) et le groupe italien Berlusconi (25 %). Cette chaîne, la Cinq, déposera d'ailleurs son bilan en 1991. Le cinquième canal servira par la suite à la diffusion de la Sept-Arte, chaîne publique franco-allemande, et à celle d'une chaîne publique à vocation pédagogique. Le sixième réseau est réaffecté à Métropole TV (M6).

Lors de la libéralisation des télécommunications « fixes », un dispositif de licences a également été mis en place. Mais les limitations du spectre hertzien, qui justifiaient le faible nombre d'autorisations en matière de télévision, ne pouvant être évoquées ici, un grand nombre d'opérateurs étrangers ont pu investir les activités de téléphonie dite ouverte au public, comme les activités d'offres de réseaux et de services « privés », c'est-à-dire dont l'accès est réservé à un groupe fermé d'utilisateurs (de grandes entreprises). Les autorités réglementaires françaises, en particulier le secrétariat d'État à l'Industrie⁷, disposent néanmoins de certains leviers d'action. Un grand nombre des nouveaux entrants sont liés à des groupes industriels étrangers. Dans les faits, toutes les mesures réglementaires qui restreignent ou qui, au contraire, favorisent la rentabilité de ces acteurs face à la position encore dominante de l'opérateur historique sont une façon d'encourager ou de décourager, de manière indirecte, l'entrée des capitaux étrangers. À cet égard, il faut reconnaître que les autorités françaises ont, jusqu'à une période récente, plutôt favorisé France Télécom, notamment par l'intermédiaire du dispositif d'interconnexion, du retardement du dégroupage, etc.

Les moyens juridiques d'action de l'État en matière de téléphonie mobile sont encore plus importants. Afin de préserver le caractère rentable de ces marchés, donc de favoriser les investissements des opérateurs dans les infrastructures, le nombre d'opérateurs de téléphonie mobile dite de seconde génération a été limité à trois. Or, ces trois opérateurs sont tous des opérateurs français. Les groupes auxquels ont été accordés les licences ont été choisis par le gouvernement. Toutefois, comme en matière audiovisuelle dans les années 1980, une voie d'entrée a été ouverte aux investisseurs étrangers, dans la mesure où ces derniers sont restés minoritaires au sein de l'actionariat des opérateurs retenus. En matière de nouvelles technologies de réseaux (BLR, UMTS, etc.), les autorités françaises, souhaitant continuer à disposer de certains moyens de contrôle, ont préféré adopter la procédure des « soumissions comparatives », plutôt que celle des enchères, où le plus offrant emporte nécessairement la mise. Avec la première procédure, les candidats à une licence

⁷ Il est à noter qu'en France l'État a souhaité conserver sous sa houlette, outre son pouvoir réglementaire et législatif, une part essentielle des activités dites de « régulation ». Le régulateur français des télécommunications, dénommé Autorité de régulation des télécommunications (ART), partage ce pouvoir avec les services du secrétariat d'État à l'Industrie.

doivent faire connaître leur actionnariat. Les autorités ont continué à tenter de favoriser un certain dosage entre capitaux français dominants et capitaux étrangers minoritaires, comme cela est examiné plus loin. Les intérêts étrangers seront mieux représentés dans la BLR que dans la téléphonie mobile. Par ailleurs, les marchés nouveaux ont constitué un véritable appel d'air pour les capitaux ou les industriels étrangers. Les industriels nationaux ne peuvent avoir d'avance industrielle, car la technique, les utilisations, les produits, les marchés sont également nouveaux. Toutes les places sont donc à prendre.

1.2. La création de nouveaux espaces institutionnels de valorisation des capitaux

Ces nouveaux espaces sont le fruit de la constitution des groupes de communication et de la « financiarisation ». Afin de comprendre la place actuelle des intérêts étrangers dans la communication en France, il faut rappeler que les industries de la culture et de la communication se sont fortement concentrées depuis une quinzaine d'années. Or, compte tenu de la libéralisation des flux financiers internationaux et de l'absence de garde-fous juridiques forts, ces grands groupes verront une partie importante de leur capital passer en des mains étrangères. En se positionnant dans le capital du holding, les intérêts étrangers acquièrent une partie de tout un ensemble d'entreprises. Cet « achat groupé » partiel facilite grandement la pénétration des intérêts étrangers qui n'ont ainsi pas à négocier chaque acquisition et à assumer les risques et les coûts de ces transactions multiples. Or, dans le cas de groupes tels que Vivendi, les intérêts étrangers mettent ainsi la main ou, du moins, acquièrent une partie d'acteurs importants de la plupart des composantes des industries de la culture et de la communication. Les opérations sont d'autant plus intéressantes pour eux lorsque certains de ces acteurs occupent des positions industrielles « protégées », c'est-à-dire relevant de marchés où le nombre d'acteurs est juridiquement limité, par exemple la télévision hertzienne et la téléphonie mobile.

Cette concentration s'est produite d'abord à l'initiative des pouvoirs publics, puis sous la houlette du marché. Les pouvoirs publics poursuivent une politique, déjà ancienne puisqu'elle remonte aux années 1970, de renforcement des groupes de communication français⁸. Dans les domaines des communications, les politiques industrielles visent à contrer la pénétration des produits étrangers et à affirmer les groupes industriels nationaux face à leurs concurrents étrangers. Il s'agit de doter la France d'industries fortes et exportatrices. Par des dispositifs variés, notamment des subventions, de la réglementation et une politique de crédit, des secteurs ou des filières industriels sont « viabilisés ». Les acteurs industriels nationaux doivent pouvoir tirer parti du développement attendu des marchés

⁸ Bernard Miège, « Le privilège des réseaux », dans *De la télématique aux autoroutes électroniques : le grand projet reconduit*, Presses de l'Université du Québec/PUG, 1994, p. 64.

intérieurs dans les domaines touchés par ces politiques. Ils sont placés dans une position où ils pourront maîtriser ces marchés.

L'État intervient directement sur les groupes industriels ; il cherche à constituer ou à renforcer des opérateurs industriels, publics comme privés. Les groupes sont restructurés et agrandis afin de doter la France de « champions industriels » atteignant la taille critique leur permettant d'être des compétiteurs sur les marchés internationaux alors en cours ou en perspective d'ouverture. « Il est clair que la formation de ces groupes est l'un des objectifs premiers des politiques publiques », constate ainsi B. Miège⁹. Canal +, qualifié de « *création politique* »¹⁰, est à cet égard exemplaire. Ces « créations politiques » dépassent le clivage public/privé, illustrant ainsi une ancienne tradition du capitalisme français, c'est-à-dire l'imbrication étroite entre les pouvoirs publics et des intérêts industriels publics et privés. Cette imbrication résulte en partie de l'existence d'un important secteur public¹¹, et d'un secteur mixte¹². La nationalisation, en 1981, d'une très large partie du secteur bancaire ou des assurances a permis à la fois de contrôler la politique du crédit à ces entreprises « championnes », et de contrôler leur actionnariat en cas de nationalisation partielle. Des « cœurs financiers » ont été constitués. Il s'agit de regroupement d'acteurs financiers qui se partagent la propriété de divers pôles d'entreprises.

Dans les années 1980 et 1990, les acteurs économiques, comme politiques, affirment qu'avec l'ouverture des marchés à la concurrence internationale il convient de libéraliser rapidement le marché intérieur afin que les acteurs industriels nationaux soient placés dans les mêmes conditions d'activité que leurs concurrents étrangers et qu'ils puissent en particulier s'aguerrir grâce à la concurrence. À l'échelle internationale, les mouvements de libéralisation se développent. Les monopoles publics et privés disparaissent, tandis que la liberté de circulation internationale des produits comme des capitaux, et donc la liberté d'entrer sur les divers marchés sectoriels et nationaux de la communication, sont proclamées. L'intervention publique passe alors progressivement le relais aux acteurs du marché. Le caractère protégé, voire administré, des marchés intérieurs est supposé avoir rendu ces groupes industriels peu productifs. Par ailleurs, leur taille semble encore trop faible. À titre d'exemple, le rapport Bangemann¹³ et le rapport Théry¹⁴, qui marquent l'introduction du thème des autoroutes de l'information dans l'agenda public de l'Union européenne pour le premier et de la France pour le second, plaident pour la constitution de très grands groupes en Europe et en France, comparables aux groupes américains ou japonais.

⁹ *Op. cit.*, p. 65.

¹⁰ *Op. cit.*, p. 64.

¹¹ L'arrivée de la gauche au pouvoir en 1981 a conduit à d'importantes nationalisations.

¹² Avec des entreprises réunissant partenaires publics et privés.

¹³ Bangemann, 1994, *op. cit.*

¹⁴ Gérard Théry, *Les Autoroutes de l'information*, Paris, La Documentation française, 1994.

Divers arguments d'ordre industriel sont avancés. Ces groupes doivent pouvoir réaliser d'importantes économies d'échelle et être suffisamment puissants afin de contrôler des contenus comme des contenants et de construire une « marque ». À l'heure de la convergence, ces groupes cherchent à être présents dans les divers secteurs des industries de la culture et de la communication. Au-delà des discours, il est clair que la constitution des groupes correspond à des volontés stratégiques de la part de leur management, en quête de croissance et d'internationalisation. Ces mouvements de concentration renvoient également à des « logiques sociales de la communication ». Comme le souligne Bernard Miège, les mouvements de concentration sont à interpréter dans la perspective de la formation des réseaux mondiaux et de la mise en place de portails qui ambitionnent d'être les vecteurs incontournables et payants des échanges marchands, des pratiques de loisirs, et, en fait, du plus grand nombre possible des diverses pratiques sociales, et des rapports sociaux et politiques¹⁵.

La constitution des groupes de communication, qui est loin d'être un phénomène nouveau, mais qui a pris de l'ampleur durant les années 1990, a été un puissant facteur de l'entrée des investisseurs externes, financiers ou industriels, nationaux ou étrangers, puisqu'il a bien fallu financer cette croissance. À terme, les politiques publiques industrielles, au lieu de favoriser le développement d'industries exportatrices et à capitaux français, ont facilité les stratégies d'internationalisation des groupes d'origine française. Cette internationalisation consiste à acquérir des firmes ou des groupes à l'étranger, ou, dans une moindre mesure, à implanter des filiales à l'étranger. L'entrée des capitaux étrangers au capital des groupes est alors la condition quasiment incontournable de cette diversification internationale ; seuls les capitaux étrangers permettent de la financer.

Les mouvements d'ouverture de nouveaux espaces de valorisation de capitaux, de concentration et de « financiarisation » s'épaulent et concourent à la pénétration des intérêts étrangers en France. En effet, l'exploitation des nouveaux champs de valorisation du capital qui se développent du fait de la convergence et de la libéralisation, comme les acquisitions de firmes permettant la constitution de groupes puissants génèrent de très importants besoins de financement. Les groupes de communication ont résolu ces besoins de financement, pour une part par l'endettement et, pour une autre part, en recourant aux marchés financiers. Les groupes ont ainsi utilisé des augmentations de capital. Par ailleurs, les groupes ont financé en partie leurs acquisitions par des échanges ou des cessions d'actions. La constitution du groupe Vivendi en est un exemple évident. Or, ces augmentations de capital sont souscrites par les principaux bailleurs de fonds sur les marchés financiers internationaux, à savoir les fonds de placement ou de retraite anglo-saxons. De même, les

¹⁵ Bernard Miège, « À l'arrière-plan de mouvements de concentration récents dans le secteur de la communication », *Les Dossiers de l'audiovisuel*, juillet 2000.

cessions ou les échanges d'actions se produisent à l'occasion d'acquisitions de firmes étrangères ou de l'achat de participations étrangères dans le capital des firmes françaises. Les stratégies d'internationalisation des groupes français et de constitution de groupes internationaux, sous leur contrôle, sont un important facteur de l'entrée des intérêts étrangers industriels ou financiers dans leur capital.

Les industries de la culture et de la communication ne sont pas un cas particulier à cet égard, d'autres secteurs industriels connaissent de tels mouvements. Durant les années 1990, l'ensemble des entreprises françaises ont financé leur croissance, non plus seulement par l'endettement, mais également en recourant à des augmentations de capital. En 1996, selon des chiffres produits par l'OCDE, les fonds propres représentaient en moyenne 34 % du passif des sociétés françaises, comparativement à seulement 20 % en 1984. La France se rapproche ainsi de la situation britannique, puisqu'à la même date, les fonds propres représentaient 37 % du passif des sociétés de Grande-Bretagne. Ces évolutions correspondent à des mutations de la dimension financière des économies contemporaines. Elles n'auraient pas été possibles sans la libéralisation des flux financiers internationaux. Il est à noter que la circulation des capitaux a été entièrement libéralisée au sein de l'Union européenne en 1990.

Durant les années 1990, la France va particulièrement s'ouvrir aux capitaux étrangers et les rapports des industries à la « sphère financière » vont se transformer. La France semble ainsi se rapprocher du modèle du capitalisme anglo-saxon. L'économiste François Morin oppose le modèle anglo-saxon (États-Unis, Canada, Grande-Bretagne) et le modèle des économies de « cœur financier », dominant en Allemagne et au Japon. Dans ce dernier modèle, « l'accent est mis sur la capacité à dégager des quasi-rentes de long terme. Dans ces conditions, la rentabilité financière est certes anticipée, mais elle se vérifie ex post en fonction des résultats obtenus »¹⁶. La conversion française, largement avancée, au modèle anglo-saxon est très liée à l'entrée des fonds de retraite américains au sein de leur capital. François Morin qualifie la transformation du mode de détention et de gestion des capitaux des entreprises cotées comme étant « radicales » et comme constituant une véritable « révolution » qui est « impulsée de l'extérieur, et c'est là le point fondamental, par l'entremise des grands gestionnaires de fonds de pension américains. La pénétration des normes anglo-saxonnes est aujourd'hui impressionnante et totale. Cette infiltration est attestée par la présence, actuellement massive, des investisseurs nord-américains dans le capital des firmes françaises. À cet égard, il faut noter que la

¹⁶ François Morin (entretien avec), « Où va le capitalisme ? », *La Lettre du LEREPS*, n° 7, décembre 1999.

France est le seul pays à offrir un degré d'ouverture aussi grand aux investisseurs étrangers. Ni l'Allemagne ni le Japon ne se trouvent par exemple dans une situation équivalente »¹⁷.

En France, comme dans d'autres pays occidentaux, des groupes de communication, au périmètre plus vaste et à la dimension internationale plus affirmée qu'antérieurement, peuvent donc se développer. La croissance externe, par l'achat de firmes nationales ou étrangères, permet plus rapidement un accroissement des groupes. Cette modalité de croissance a donc été privilégiée par de nombreux grands groupes internationaux. En France, Vivendi ou Lagardère en constituent des exemples, alors que Bouygues, certes a acquis des structures externes, TF1 notamment, mais, par la suite a plutôt privilégié la croissance interne. Les études empiriques sur les groupes de communication montrent qu'ils ont financé leur croissance, notamment externe, pour une part par l'endettement et pour une autre part, en recourant aux marchés financiers, en particulier par des augmentations de capital¹⁸. Or, ces augmentations de capital sont souscrites par les principaux bailleurs de fonds sur les marchés financiers internationaux, c'est-à-dire les fonds de placement ou de pension anglo-saxons. Les échanges ou les cessions d'actions, avec des partenaires étrangers, lorsque des firmes sont acquises hors de France, sont également pratiqués. La constitution du groupe Vivendi en est un exemple évident. L'augmentation de capital, comme la cession ou l'échange d'actions avec des partenaires non français, conduisent nécessairement à accroître la présence étrangère au sein du capital des groupes. La question des modalités de « contrôle » de ces groupes industriels est alors posée.

Les groupes de communication les plus pénétrés par les intérêts étrangers sont ceux qui correspondent au contrôle dit « managérial ». C'est-à-dire que leur capital est très éclaté, aucun actionnaire, personne physique ou morale, n'étant en mesure, à lui seul, de contrôler le conseil d'administration et la gestion du groupe. Le contrôle est alors assuré par les managers, qui sont supposés maîtriser le conseil d'administration et pouvoir se coopter. Ce schéma théorique appelle de nombreux commentaires. Tout d'abord, la notion même de contrôle est critiquable puisque ici le contrôle est lié à la structure du capital. Or, dans les faits, le contrôle du groupe n'est pas seulement exercé par ses actionnaires, mais également par ses divers partenaires, industriels mais surtout financiers. Les banques prêteuses, les fonds d'investissement mais également les agences de notation financière telles que *Moody's* et *Standard and Poor's* exercent une influence importante sur les managers, sur les membres du conseil d'administration, ainsi que sur la gestion des groupes. Par

¹⁷ *Op. cit.*

¹⁸ Se référer aux monographies réalisées dans le cadre d'un contrat de recherche entre le Centre National de la Cinématographie et le GRESEC (Université Grenoble3) relatif aux principaux groupes mondiaux de communication actifs dans l'audiovisuel et à la financiarisation des industries culturelles. Les recherches ont été réalisées en 2000 et 2001, sous la direction de Bernard Miège, par Christian Pradié et Philippe Bouquillion, avec le concours d'Eric Dubet et d'Isabelle Hamon.

ailleurs, peu de groupes français de communication, comme cela est examiné en seconde partie, sont dans une situation de contrôle managérial total. Les participations de personnes physiques (souvent nommé contrôle familial relatif ou absolu) demeurent importantes (Bouygues, Pathé, Gaumont, PPR). Des dispositifs juridiques peuvent concourir à maintenir des contrôles personnels ou familiaux malgré la faible part d'actions détenues, comme l'illustre Lagardère, dont la « tête de groupe » est une société en commandite. Les cœurs financiers, bien que leur pourcentage de détention aient baissé, n'ont pas totalement disparu, en tant qu'actionnaires en mesure d'exercer un contrôle. Des institutions financières telles qu'AXA dont les dirigeants sont membres de divers conseils d'administration, continuent à exercer une influence significative comme l'a montré la démission de Jean-Marie Messier. Vivendi Universal, jusqu'à sa récente déconfiture et son éclatement partiel, est un cas où à la fois des institutions financières et des personnes physiques, en l'occurrence étrangères, la famille Bronfman, bornent le pouvoir des managers. Les logiques de fonctionnement du capitalisme français et de ses élites ainsi que ses relations avec les marchés et les acteurs financiers internationaux, qui n'est pas notre objet ici, devraient être prises en compte pour comprendre les modalités de contrôle des groupes. Ces réserves étant formulées, il faut toutefois reconnaître que les groupes qui « tendent » vers le contrôle managérial sont ceux qui s'ouvrent le plus facilement aux intérêts étrangers. A *contrario*, les groupes sous contrôle familial, ou, *a fortiori* sous contrôle public, sont plus fermés à l'entrée de capitaux extérieurs, nationaux comme étrangers, car ces entrées remettent en cause la forme même du contrôle. Les personnes physiques ou les pouvoirs publics ne peuvent accepter une trop importante dilution du capital qui est entre leurs mains, par des augmentations de capital ou échanges d'actions, sauf à perdre le contrôle sur le groupe.

En revanche, dans le cas des groupes proches d'un contrôle managérial, les managers comme les marchés financiers ont intérêt à ouvrir le capital. Diverses études empiriques ont montré que les managers retirent des avantages personnels lorsque leur groupe est en situation de forte croissance externe et de dilution des blocs de contrôle du capital¹⁹. Face à des actionnaires très éclatés et, en l'absence d'organisation collective de ces derniers, ils sont bien placés pour assurer leur mainmise sur le conseil d'administration. L'équipe dirigeante a ainsi plus de chance de se maintenir car le groupe ayant vu sa taille augmenter peut moins facilement faire l'objet d'une OPA qui remettrait en cause l'ancien management. De même, les managers peuvent généralement profiter d'avantages matériels et notamment d'une forte augmentation de leur rémunération. Les marchés financiers ont eux aussi intérêt à favoriser ces ouvertures de capital. Les acteurs financiers retirent des revenus sous forme de commissions perçues, soit auprès des groupes qui se livrent aux opérations de fusion ou d'acquisition, soit auprès des investisseurs qu'ils conseillent. De même, leur pouvoir d'influence sur les groupes est

¹⁹ A. Griffiths, S. Walls, *Applied Economics*, Prentice-Hall, cité dans Gillian Doyle, *Media Ownership*, Sage Publications 2002, p. 67.

accru à l'occasion de l'octroi de prêts ou de notation financière. Leurs avantages sont aussi « patrimoniaux ». De nouveaux espaces d'investissement s'ouvrent qui leur offrent de nouvelles opportunités d'activité et d'accroissement de leurs résultats. À la fin des années 1990 et au début des années 2000, avec le phénomène de « bulle financière », les acteurs financiers semblent avoir assez largement concouru à entretenir l'augmentation de la valeur de leur placement, et ce de diverses manières. À chaque absorption d'une nouvelle entité par un groupe, la valorisation boursière du nouvel ensemble était supérieure à celles des deux sociétés antérieurement distinctes. Le renforcement des groupes a donc entretenu la hausse des cours. Au-delà des discours sur l'intégration contenants/contenus, nombre d'opérations de fusions et d'acquisitions intervenues ces dernières années s'expliquent donc par des espoirs, pour les acteurs industriels comme financiers, de plus-values financières²⁰. Le passage vers la logique dite de marché financier a donc conduit à une forte augmentation de la valorisation boursière des groupes de communication principalement aux États-Unis, où ces mouvements de « financiarisation » étaient les plus développés. À titre d'exemple, les valorisations boursières de Microsoft et de Cisco, en 2000, étaient supérieures à l'ensemble des valorisations boursières des sociétés britanniques relevant des industries de la culture et de la communication, y compris les télécommunications²¹.

Du fait de la domination des acteurs anglo-saxons sur le marché financier international, la conversion, même partielle, des groupes de communication français vers le modèle dit de marché financier a mécaniquement favorisé l'entrée des intérêts étrangers au sein de leur capital et ce malgré les barrières juridiques qui pourtant existent.

1.3. La faiblesse des garde-fous juridiques

Les protections juridiques visant à limiter la présence étrangère dans des domaines qui peuvent affecter l'opinion publique sont anciennes. Dans un souci de défense de l'indépendance de la presse française, donc de l'opinion française vis-à-vis des intérêts étrangers, la réglementation française a longtemps interdit toute participation étrangère. Elle a aussi veillé à la transparence de la propriété des entreprises de presse ; la loi prévoyait que les actions de sociétés de presse devaient être nominatives. Cette interdiction absolue étant contraire au Traité de Rome, la loi du 23 octobre 1981 l'a explicitement abrogée. La loi du 27 novembre 1986 précise les limites de cette ouverture, puisque des étrangers ne peuvent « procéder à une acquisition ayant pour effet de porter, directement ou indirectement, leur part à plus de 20 % du capital social ou des droits de vote d'une entreprise éditant une publication en langue française ». De même, la présence étrangère est limitée dans les sociétés qui

²⁰ Malgré les justifications d'ordre industriel, ces opérations sont d'abord le fruit des opportunités d'acquisition qui se présentent.

²¹ J. Hughes, « The global marketplace: making sense of the future », dans J. Hughes, *e-britannia: the communication revolution*, University of Luton Press, pp. 23-67, cité dans Gillian Doyle, op. cité, p. 123.

exploitent des ressources rares, telles que les ondes hertziennes, qu'il s'agisse de télévision ou de télécommunications. L'article 40 de la loi du 30 septembre 1986 dispose que « sous réserve des engagements internationaux souscrits par la France, aucune personne de nationalité étrangère ne peut procéder à une acquisition ayant pour effet de porter, directement ou indirectement, la part du capital détenue par des étrangers à plus de 20 % du capital social ou des droits de vote dans les assemblées générales d'une société titulaire d'une autorisation relative à un service de radiodiffusion sonore ou de télévision par voie hertzienne terrestre assuré en langue française ». La loi du 1^{er} août 2000, qui a défini un cadre juridique applicable au numérique de terre, a maintenu cette disposition. De même, en matière de télécommunications, des dispositions légales prévoient que la part détenue par des personnes de nationalité étrangère à la Communauté européenne ou à l'espace économique européen dans la société titulaire de l'autorisation, dans le cas des réseaux utilisant des fréquences radioélectriques, ne doit pas dépasser 20 % du capital ou des droits de vote. Ces dispositions s'appliquent à la téléphonie mobile, à la boucle locale radio, comme à la troisième génération de téléphonie mobile.

Les mesures anti-concentration²², qui s'appliquent aux opérateurs des chaînes de télévision, qu'ils soient français ou étrangers, limitent aussi de manière indirecte le contrôle par un acteur étranger. À cet égard, la loi du 1^{er} février 1994, dite loi Carignon, du nom du ministre de la Communication alors en place, réduit très fortement la portée du dispositif anti-concentration prévu antérieurement, en particulier en permettant à un groupe de détenir non plus 25 % mais 49 % d'un réseau privé de télévision. Parmi les diverses dispositions de la loi du 1^{er} août 2000, figurent des règles anti-concentration. Il est ainsi interdit de « contrôler » plus de cinq sociétés titulaires d'une autorisation nationale de service de télévision numérique, de détenir plus de 49 % d'une chaîne numérique, de détenir à la fois une autorisation nationale et une autorisation locale.

Ces règles limitant l'investissement étranger dans certains médias et dans certains secteurs de l'industrie de la communication ne constituent qu'une faible protection. Tout d'abord, elles ne concernent que les participations d'acteurs non européens : les Européens bénéficiant des garanties juridiques des divers traités européens instituant un marché unique. Par ailleurs, comme nous l'avons souligné en introduction, les autorités publiques comme les régulateurs ne se sont guère intéressés à cette question. L'actionnariat des groupes de communication français et plus encore étrangers est fréquemment une inconnue pour les autorités françaises. Dans les domaines où des garde-fous juridiques existent, et qui donnent lieu à l'attribution de licences, les titulaires des licences doivent avertir les régulateurs de toute modification de leur actionnariat. Néanmoins, ces dernières années,

²² Entendue ici au sens de contrôle de la part du capital d'une entreprise de télévision qu'un investisseur peut détenir.

fort peu de transactions ont généré le déclenchement de procédures. Notons que les prises de participation de Bertelsmann, en particulier dans la télévision hertzienne, qui suscitent de fortes craintes chez les acteurs industriels du secteur, échappent à ces règles, puisque Bertelsmann est une société allemande, donc relève de l'Union européenne.

Seules les entrées d'acteurs américains dans la boucle locale radio ont donné lieu à des commentaires et des études, mais qui n'ont pas abouti à une interdiction ou à une limitation de la pénétration américaine. La fusion entre Vivendi et Seagram Universal, puis les activités entre USA Networks et Vivendi Universal et entre Liberty Media et Vivendi Universal, qui conduisent les intérêts américains au-delà des seuils autorisés, ont en revanche provoqué d'importants débats dans la presse, au sein des instances de régulation, comme entre les instances de régulation, le gouvernement et le Conseil d'État (qui est l'autorité suprême de la hiérarchie de l'ordre administratif). Les deux dernières transactions en particulier sont révélatrices du trouble dans lequel se trouvent placées les autorités. En effet, elles ne savent comment interpréter les règles existantes. L'objet de leur questionnement est double. Elles s'interrogent afin de savoir si la règle du 20 % s'applique à l'ensemble du capital ou seulement au capital fixe. De même, les autorités hésitent à remonter la « chaîne » des sociétés pour définir quels sont les actionnaires ultimes. Le Conseil d'État, instance suprême de l'ordre administratif français, dans un avis relatif aux opérations conduites par Vivendi et rendu public en juin 2002 ne s'est pas prononcé pour une application stricte de la loi. « Selon le Conseil, il faut en fait s'assurer que les différents groupes d'investisseurs concernés sont bien contrôlés à plus de 51 % par des capitaux communautaires »²³. Par ailleurs, le Conseil d'État établit que c'est l'ensemble du capital et non seulement le capital fixe qui doit être pris en compte²⁴.

Des responsables des instances françaises de réglementation, en l'occurrence du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) que nous avons contactés, ont remarqué que la pratique du CSA est d'arrêter les recherches dès qu'il est face à une « succursale » européenne, c'est-à-dire une société communautaire. Il suffirait donc dans cette perspective, pour des investisseurs non-européens, de constituer une société écran, installée dans la Communauté européenne, pour se soustraire aux règles des seuils d'investissement. Rien de très sérieux n'empêche l'entrée des capitaux étrangers. Les responsables de l'Autorité de régulation des télécommunications, que nous avons interrogés, ont tenu un discours très voisin de celui de leurs « collègues » du CSA. Le seuil du 20 % d'investissements étrangers dans les réseaux utilisant des fréquences radioélectriques est qualifié de « cache-misère ». Tout d'abord, cette règle est essentiellement destinée à aligner le traitement que reçoivent les opérateurs étrangers en France sur celui que les acteurs français reçoivent à l'étranger et, en

²³ *Le Monde*, 28 juin 2002.

²⁴ *Lettre du CSA*, n° 153, 2 juillet 2002.

particulier, aux États-Unis. La règle du 20 % a été adoptée en France parce que ce même seuil est en vigueur aux États-Unis. La règle aurait pu être abandonnée par la France si les États-Unis avaient fait de même lors des négociations de l'OMC en 1997, mais tel n'a pas été le cas. Ensuite, bien que la loi dispose que ce seuil concerne les participations directes, comme indirectes, dans les faits, seules les participations directes sont surveillées.

Comme en matière audiovisuelle, il suffit à un opérateur non-européen de créer une société dans l'un des pays membres de l'Union européenne. À titre d'exemple, les filiales européennes du groupe américain UPC, actif dans le câble et les télécommunications, sont des filiales d'une société de droit néerlandais. Le régulateur ne sanctionne pas le fait que la maison-mère ne soit pas européenne. Son souci n'est pas tant la nationalité de la maison-mère que sa solidité financière. En effet, les titulaires de licences de téléphonie doivent présenter des garanties techniques, mais également financières, afin de préserver la qualité et la continuité du service, comme la fiabilité de la société dans ses relations avec ses partenaires, notamment ceux avec lesquels elle conclut des accords d'interconnexion.

Les moyens de collecte de l'information à la disposition du régulateur sont faibles. Ils reposent sur les déclarations des candidats à l'obtention des licences et de l'engagement qu'ils prennent d'avertir le régulateur de tout changement capitalistique important. Le rapport aux opérateurs repose sur la confiance, nous a-t-on déclaré. L'ART n'a guère les moyens de vérifier par elle-même. Ses services ne disposent ainsi pas de statistiques permettant de distinguer la part de chaque type d'opérateurs, selon la nationalité de la société-mère, à la réalisation du chiffre d'affaires des télécommunications en France. De plus, il semble que les collaborations sur cette question entre les deux régulateurs, comme entre régulateurs et autorités publiques, soient très réduites, voire nulles. De même, ce thème est peu abordé lors de contacts avec des autorités de régulation d'autres pays. La route est donc ouverte à la pénétration des intérêts étrangers.

En somme, la priorité des autorités publiques, en France comme dans d'autres pays d'Europe a d'abord été de favoriser le développement de groupes de grande taille, ce qui a conduit nombre de pays européens à relâcher les mesures anti-concentration dans les secteurs des communications durant les années quatre-vingt-dix²⁵. Nombre de pays se sont refusés à instaurer une réglementation spécifique pour s'en remettre au seul droit commun de la concurrence et aux institutions en charge de son respect. Gillian Doyle remarque également que toutes les tentatives de définition de règle européenne en matière de concentration médiatique ont échoué.

²⁵ Gillian Doyle, op. cité.

2. UNE PRÉSENCE CONTRASTÉE DES INTÉRÊTS ÉTRANGERS

L'importance de la propriété étrangère est nettement différente selon que l'on considère les participations au sein du capital des groupes de communication, ou les investissements directs dans les divers secteurs.

2.1. L'importance de la présence étrangère au sein du capital des holdings de communication

Vivendi Universal

Vivendi Universal (VU) est fondé en décembre 2000 par la fusion entre Canal Plus, Vivendi et Seagram²⁶. Vivendi Universal a ainsi de multiples ancêtres. La chaîne Canal Plus est créée en 1984 sous l'autorité directe de la présidence de la République, qui va sélectionner les investisseurs retenus, ainsi que configurer un cadre d'exploitation particulièrement favorable à cette chaîne, la seule chaîne à péage hertzienne française, en contrepartie du soutien de cette dernière en faveur du cinéma français. Canal Plus est d'ailleurs placé sous la présidence d'un ami personnel du président de la République, André Rousselet. Canal Plus est alors la pierre angulaire de la politique industrielle en direction du cinéma. Cette chaîne va acquérir, et conserver jusqu'à aujourd'hui, un rôle de premier plan dans la production cinématographique et, ainsi, dans le financement du cinéma français. Cette chaîne à péage, qui est notamment destinée à doter la France d'une expertise et d'une avance industrielles dans ces nouvelles formes de diffusion, est attribuée à un groupe de partenaires français. Havas est l'un des actionnaires de Canal Plus, de même que la Compagnie Générale des Eaux (CGE) qui allait plus tard changer de nom pour devenir Vivendi. Ce groupe est alors présent dans l'adduction d'eau, dans l'énergie et se diversifie dans la communication dès le début des années 1980. La CGE ne souscrit, en 1983, que 15 % du capital de Canal Plus. En 1998, Havas fusionne avec la CGE-Vivendi. Havas est alors entièrement sous le contrôle de Vivendi. À l'occasion de cette absorption, la part de Vivendi dans Canal Plus passe à 34 %.

En 1999, Vivendi atteint un taux de 49 % dans le capital de Canal Plus, grâce à l'achat des participations détenues par le groupe Richemont. Grâce à son alliance avec AOL-Compuserve France, Vivendi devient un important fournisseur d'accès à Internet (FAI) en France, avant que le groupe n'annonce son intention de se retirer, à la suite de la création avec Vodafone (50-50) du portail Vizzavi. En décembre 2000, intervient une fusion entre Canal Plus, Vivendi et Seagram, industriel de la boisson,

²⁶ Seagram était un groupe industriel de la boisson, également propriétaire des studios Universal, d'une major de l'édition discographique et d'autres actifs américains très importants relevant de la communication.

mais également propriétaire des studios Universal et d'Universal Music. Le groupe Vivendi Universal est alors fondé.

Jusqu'au départ de Jean-Marie Messier en 2002 et la déconfiture boursière, financière et industrielle de VU, la stratégie du groupe semble privilégier l'acquisition de nouvelles positions dans les contenus aux États-Unis. Le pari industriel promu par Jean-Marie Messier repose sur la perspective de diffuser des contenus américains en Europe, où le groupe possède des positions dans les contenus mais aussi de très fortes positions dans les « contenants » notamment audiovisuels (Canal Plus, Canal Satellite et les filiales étrangères du Groupe Canal) et dans les télécommunications et les portails. Le groupe prend également pied dans les contenants aux États-Unis. En somme, cette stratégie devait à terme conduire à l'accroissement de l'Amérique du nord dans la composition du chiffre d'affaires du groupe. Avec les transactions annoncées en décembre 2001, en particulier la reprise de l'actif de USA Networks dans le cinéma et la télévision et l'entrée au capital du bouquet satellitaire américain Echo Star, la part des États-Unis dans le chiffre d'affaires doit passer, selon les prévisions alors réalisées, de 20 % à 40 %, tandis que celle de la France doit s'établir à 40 % et celle du reste de l'Europe à 20 %²⁷.

Dans la communication, outre ses positions en Amérique du Nord et d'autres filiales internationales, essentiellement européennes, Vivendi Universal est alors leader ou second dans de nombreux secteurs des industries de la culture et de la communication françaises, notamment dans la presse, l'édition, la télévision à péage, les réseaux de télévision câblée, les bouquets satellitaires, l'édition de chaînes thématiques, la production et la distribution cinématographiques, les télécommunications fixes et mobiles et les portails²⁸.

En 2002, d'importants bouleversements sont constatés. Le pôle presse magazine « information professionnelle et santé » de Vivendi Universal Publishing, qui comprend pour l'essentiel des actifs français, est cédé. Il en va de même de Telepiù, la plate-forme de télévision à péage italienne. Puis, avec la nomination de Jean-René Fourtou à la place de Jean-Marie Messier, un très important programme de cession d'actifs dits « non stratégiques » est annoncé. La participation dans le portail Vizzavi est cédée à Vodafone, à l'exception de Vizzavi France, et la cession du pôle « presse grand public » et « Comareg » (presse gratuite) à la Socpresse sont annoncées. L'ensemble des activités d'édition de livres sont vendues, notamment au groupe Lagardère. Un accord définitif est conclu avec EchoStar Communications Corporation pour la vente à EchoStar de la totalité de la participation de Vivendi Universal dans l'opérateur satellitaire nord-américain. En 2003, ce mouvement se poursuit. VU cède 32,19 millions de bons de souscription de USA Interactive et vend ses activités dans les

²⁷ Source : Martine Orange, « Vivendi Universal veut s'imposer comme géant des médias aux Etats-Unis », *Le Monde*, mardi 18 décembre 2001, p. 21.

²⁸ Vivendi Universal détient par ailleurs une participation dans Vivendi Environnement, d'environ 40 %.

télécommunications fixes en Hongrie. Puis, Vivendi Universal et General Electric signent un accord définitif de fusion entre leurs filiales respectives NBC et Vivendi Universal Entertainment. La nouvelle entité doit comprendre la chaîne nationale américaine NBC, les chaînes câblées CNBC, MSNBC et USA Network, le studio de production de films Universal Pictures, le producteur et distributeur de programmes pour la télévision Universal Television ainsi que des parcs thématiques. Vivendi conservera 20 % de ce nouvel ensemble, NBC Universal, dont la valeur est estimée à 43 milliards de dollars et qui sera le sixième groupe de communication mondial. Notons que Vivendi pourra sortir du capital de NBC Universal en 2006²⁹.

Vivendi quitte ainsi les États-Unis et ne conserve que les télécommunications avec SFR-Cegetel (56 %) en France et Maroc Telecom (35 %), la télévision payante et la distribution par satellite avec Canal Plus, la musique avec Universal Music et les jeux vidéo (VU Games). Ces deux dernières filiales sont, cependant, à vendre. Le recentrage sur les médias et les télécommunications apparaît toutefois comme provisoire du fait de l'absence de synergies industrielles entre les deux secteurs et des pressions extérieures en particulier de Vodafone, important actionnaire de SFR-Cegetel.

Le chiffre d'affaires *pro forma* en 2003 est de 25,5 milliards d'euros comparativement à 58,2 milliards en 2002.

L'actionariat de Vivendi est particulièrement complexe et a fortement évolué entre 2000 et 2003³⁰. Il comprend de très nombreux actionnaires individuels, plus d'un million (1 036 000 au 31 décembre 2000, alors que la France totalise environ 5,6 millions d'actionnaires particuliers directs). Ensemble, ils détiennent alors 20 % du capital de Vivendi Universal, ce qui en fait collectivement le premier actionnaire du groupe. Vivendi Universal a ainsi multiplié par 5 le nombre de ses actionnaires individuels en l'espace de 3 ans : 200 000 à la fin de 1997, 250 000 à la fin de 1998 et plus de 700 000 à la fin de 1999. Le groupe conforte ainsi sa position de numéro 1 en France des sociétés cotées par le nombre de ses actionnaires (hors privatisées). Par ailleurs, ce capital comprend de nombreuses participations étrangères. En février 2001³¹, les actionnaires individuels français détenaient 20 % du capital, ce qui en fait collectivement le premier actionnaire du groupe. Le reste du capital se répartissait comme suit : institutionnels français, 18 % ; institutionnels européens, 33 %, autres, 29 % (dont américains, 25 %). De plus en plus international, le capital de Vivendi Universal était toutefois détenu à plus de 70 % par des actionnaires européens mais le niveau de détention des actionnaires américains était passé de 9 % à 25 % en un an. Les capitaux français, individuels et institutionnels, sont

²⁹ Source : *La Tribune*, 8 octobre 2003.

³⁰ Sauf mention contraire, les informations qui suivent sont extraites d'un communiqué de la direction du groupe publié le 16 février 2001 sur le site Internet de Vivendi Universal, consulté le 13 janvier 2002.

³¹ Sauf mention contraire, les informations qui suivent sont extraites d'un communiqué de la direction du groupe publié le 16 février 2001 sur le site Internet de Vivendi Universal, consulté le 13 janvier 2002.

donc nettement minoritaires, 38 %. La comparaison entre 2001 et 2003 est difficile. Au 17 décembre 2003³², seuls sont recensés les principaux actionnaires nominatifs ou ayant adressé une déclaration à la société. Ces actionnaires ne représentent que 14,5 % des actions et des droits de vote, le reste étant dispersé et présenté sous la catégorie générique « Autres ». Il est bien difficile sur ces bases parcellaires de connaître l'importance actuelle des intérêts étrangers dans le capital de Vivendi Universal. Mentionnons, toutefois, que l'américaine Liberty Media (3,44 % des actions) s'est retirée et que la participation de la famille Bronfman est passée de quelque 8 % à 2,16 %.

Lagardère

Le groupe Lagardère³³ a longtemps été structuré autour de trois pôles, la communication, les hautes technologies, à travers son partenariat dans le pôle européen de l'espace et de l'aéronautique EADS et l'automobile. Depuis août 2003, le groupe s'est retiré de l'automobile. Le chiffre d'affaires 2002 s'est élevé à 13 216 milliards d'euros, dont 8 095 millions dans la communication, 4 339 millions dans les technologies et 782 millions dans l'automobile. Lagardère est clairement un conglomérat. Toutefois, une présence dans ses différents métiers permet au groupe d'être au cœur d'importants enjeux politiques européens comme français. Il est un acteur de l'industrie de l'aéronautique, de l'espace et de la défense européennes, tout en se présentant comme le défenseur de l'exemption culturelle française. Les déclarations des dirigeants du groupe à l'occasion de l'acquisition des activités européennes et sud-américaines du pôle éditorial de Vivendi, VUP, ont été significatives. Lagardère se présente comme le champion du capital national face aux capitaux étrangers, en particulier face aux fonds de pension américains. Le groupe bénéficie de soutiens politiques certains. Certes, ceux-ci n'ont pas suffi pour emporter TF1 en 1987 mais ils ont permis au groupe d'être sauvé de la déroute en 1992, après la faillite de La Cinq, grâce à l'intervention du Crédit Lyonnais. En 1999, l'accord de Lionel Jospin a permis la création d'EADS et d'assurer un rôle central à Lagardère dans ce groupe. De même, à la fin 2002, le gouvernement français a clairement soutenu la « solution française » que représentait à ses yeux le candidat Lagardère pour l'achat de VUP. Ce soutien s'est affirmé malgré une vive opposition des éditeurs indépendants, en particulier des Éditions du Seuil, de Gallimard et de la Martinière ainsi que des oppositions du Syndicat de la Librairie Française et de représentants du monde littéraire et culturel.

Dans le domaine de la communication, Lagardère est l'héritier d'une des plus anciennes entreprises françaises du secteur, Hachette, fondée en 1826, et active dans le livre, la presse et la distribution.

³² Source : les informations les plus récentes relatives à l'actionnariat de Vivendi sont extraites du site Internet de Vivendi, consulté le 20 janvier 2003.

³³ Sauf mention contraire, les informations citées ci-dessous sont issues du site Internet de Lagardère, consulté le 14 janvier 2004 et du rapport d'activité 2002.

Avec l'acquisition de VUP en octobre 2002, Lagardère a absorbé l'autre acteur du duopole, qui avec lui dominait l'édition et la presse magazine. Dans ses discours, Lagardère présente son activité comme conciliant les avantages de l'intégration horizontale multimédiatique internationale, d'une part, et ceux de l'intégration verticale, d'autre part. Lagardère est l'acteur français dominant de la presse magazine et de l'édition de livres. Le groupe est également un acteur important de la télévision par câble et par satellite et du multimédia. Présent aux différents niveaux de la filière, le groupe cumule les avantages de l'intégration verticale et, quoique dans une moindre mesure, de la diversification multi-médiatique.

Lagardère devra néanmoins se retirer partiellement de l'édition, puisque les autorités européennes de la concurrence ne l'autorisent à conserver que 40 % d'EDITIS, la structure qui regroupe les anciennes activités édition de VUP. Hachette Livre va tout de même progresser du 11^{ème}, avant l'achat de EDITIS-VUP, au 6^{ème} rang mondial. Lagardère devient numéro 1 en France et en Espagne dans l'édition. Les opposants à la fusion ont insisté sur le danger d'une situation où Lagardère détient 90 % du marché du dictionnaire, 80 % de l'édition scolaire, près de 50 % du secteur poche et environ 70 % de la distribution du livre en France. Il convient de souligner que, quelle que soit la taille du groupe à l'échelle française, les activités éditoriales ne feront de Lagardère que le numéro 3 européen et le numéro cinq mondial, derrière Pearson, Bertelsmann, Mac Graw-Hill et Thomson³⁴. De surcroît, les activités sont peu internationalisées puisque le nouvel ensemble réalise 62 % de son activité en France. Le continent nord-américain est particulièrement absent de son activité, contrairement aux positionnements de ses concurrents. Globalement Lagardère est surtout positionné en France (33 % de son chiffre d'affaires en 2002), dans le reste de l'Europe (26 %) et en Amérique du Nord (24 %).

Le management de Lagardère est français. Le groupe a longtemps été dirigé par Jean-Luc Lagardère. Lors de son décès en 2003, son fils Arnaud a pris la relève. Le statut juridique du groupe est particulier puisqu'il s'agit d'une société en commandite. Les droits des « gérants », c'est-à-dire en fait des managers, sont protégés par rapport à ceux des actionnaires qui sont plus limités que dans d'autres formes juridiques. La famille Lagardère dispose ainsi d'une assez large autonomie statutairement garantie. Au 31 décembre 2002, la structure capitalistique montre la domination du capital fixe par rapport au capital flottant (15,78 %), mais aussi l'importance de la présence étrangère. Les investisseurs étrangers détiennent 43,10 % des actions, les investisseurs français 25,99 %. À cela s'ajoute la part de Lagardère Capital Management (6,98 %) qui regroupe les participations des Lagardère et celle du groupe Daimler Chrysler (3,71 %). La présence de ce dernier est liée à la constitution du pôle européen de l'espace et de l'aéronautique EADS.

³⁴ Source : *Union Presse*, n°254, décembre 2002, p. 9.

Pinault-Printemps-La Redoute

Le groupe Pinault-Printemps-La Redoute (PPR) n'est pas à titre principal un groupe de communication. Il se qualifie de groupe de « distribution spécialisée » et se présente comme le leader en Europe dans ce domaine. Ses activités se répartissent en trois pôles : professionnel, luxe (dont le groupe Gucci) et le plus important, le pôle « grand public » qui regroupe diverses enseignes de distribution, dont la FNAC. Son chiffre d'affaires s'est élevé à 24,3 milliards en 2003. La FNAC, active dans huit pays, réalise un chiffre d'affaires de 3,811.6 millions d'euros en 2003, en augmentation de 7,6 % par rapport à 2002. La FNAC est le leader de la distribution de produits culturels et de loisirs en France (79,7 % du chiffre d'affaires), en Belgique (5 % du chiffre d'affaires), en Espagne (6,8 du chiffre d'affaires) et au Portugal (4,5 % du chiffre d'affaires). 24,7 % du chiffre d'affaires est réalisé à l'international. La FNAC est également un acteur incontournable du commerce électronique des produits culturels. En 2003, le chiffre d'affaires de la FNAC sur Internet s'est élevé 113 millions d'euros soit environ 3 % du chiffre d'affaires. Cette entreprise emploie 18 223 personnes au 31 décembre 2002. PPR est dominé par des intérêts français et en particulier par la famille Pinault, malgré une présence significative d'investisseurs étrangers. Au 31 décembre 2002, le Groupe compte plus de 180 000 actionnaires individuels. Les actionnaires individuels détiennent 13,3 % du capital, dont 11 % sont au porteur. 36,4 % du capital est détenu par des investisseurs institutionnels, dont 15,8 % par des non-résidents. Les investisseurs institutionnels internationaux représentent 27,3 % du flottant. Au 10 janvier 2003, le holding Artémis, dominée par la famille Pinault, détient 42,2 % du capital mais 57 % des droits de vote.

La sphère Bouygues

L'entreprise de bâtiments, de travaux publics et de services aux collectivités, Bouygues, s'est diversifiée durant les années quatre-vingt et quatre-vingt-dix dans la communication pour devenir un des premiers acteurs français du domaine, le premier de la télévision commerciale, avec le groupe TF1, et le troisième de la téléphonie mobile, avec Bouygues Telecom. Le capital de Bouygues est dominé par des capitaux français. Il se répartit d'abord entre des participations familiales : 14,7 % des actions et 22,1 % des droits de vote pour le holding contrôlé par les deux fils du fondateur, 1,5 % et 2,6 % par sa veuve, 3 % et 4,2 % par le groupe Pinault, 4,8 % et 3,9 % par le groupe Arnault. Les autres actionnaires français réunissent 20,3 % des actions et 16,3 % des droits de vote et les actionnaires étrangers 20,3 % et 16,3 %.

Le groupe TF1 est le premier des acteurs de la télévision commerciale à financement publicitaire en France, notamment avec la chaîne hertzienne à financement publicitaire la plus regardée de France, TF1. Entre 1987, date de la privatisation de TF1 et 2002, le Groupe TF1 s'est développé en amont et en aval de l'industrie audiovisuelle, tout en conservant sa primauté dans la télévision gratuite. Il est ainsi

présent dans la télévision par satellite, en tant qu'opérateur principal de Télévision Par Satellite (TPS), dans l'édition de chaînes thématiques, la production cinématographique, l'édition de vidéo et de jeux vidéo, les produits dérivés, etc. Depuis sa privatisation, la chaîne TF1 réalise une audience largement supérieure à celle de ses concurrents, avec une part d'audience moyenne de 32,7 % sur les individus âgés de 4 ans et plus. Ses recettes publicitaires sont très importantes, ce qui lui permet d'acquérir les meilleurs programmes, en particulier les retransmissions sportives et les films. En 2003, le groupe TF1 a comptabilisé 2,8 milliards d'euros de produits d'exploitation, dont 49 % dans les activités dites de diversification, c'est-à-dire hors du chiffre d'affaires de la chaîne TF1 elle-même. TF1 est un groupe sous contrôle familial indirect. En effet, en juin 2003, Bouygues est le plus important actionnaire de TF1 avec 41 % des actions. Il est lié par un pacte avec une banque, la Société Générale, qui détient 1,5 % des actions. Les autres actionnaires français rassemblent 29,8 % des actions, les actionnaires européens 20,1 %, les actionnaires non-européens un peu plus de 6 %. TF1 est donc clairement dominé par des capitaux français.

Bouygues Telecom, dernier venu dans le domaine de la téléphonie mobile et troisième opérateur du secteur, a réalisé un chiffre d'affaires de 2,7 milliards d'euros en 2002. En octobre 2003, le groupe Bouygues détient 83 % du capital de Bouygues Telecom, la société de services aux collectivités, JC Decaux, 10,5 %, la banque BNP Paribas, 6,5 %.

Pathé

Pathé est un important acteur de la production, de la distribution et de l'exploitation cinématographiques. Il est détenu à 100 % par une personne physique de nationalité française, Jérôme Seydoux. Pathé commercialise un catalogue de droits audiovisuels et il est l'opérateur de plusieurs chaînes diffusées sur le câble et le satellite. Pathé exploite ainsi Voyage, Pathé Comédie et Sport. En 2002, Pathé a réalisé un chiffre d'affaires de 723 millions d'euros, en augmentation de 27 % par rapport à 2001.

Une partie des activités du groupe ont fusionné avec Vivendi en 1999. Toutefois, Pathé a survécu. À la suite de cette fusion, la société Fornier qui est détenue à 100 % par Jérôme Seydoux et sa famille, a racheté à Vivendi, pour 3,417 milliards de francs, tout l'actif opérationnel de Pathé dans le cinéma (le réseau de salles, les sociétés de productions, etc.), les chaînes thématiques (Voyage et Pathé Sport) ainsi que les participations dans le quotidien *Libération* et dans le club de football l'Olympique lyonnais. Ce groupe reconstitué est à nouveau baptisé Pathé. Il est à noter que les actifs dans la télévision payante par satellite sont restés chez Vivendi (17 % de BskyB et 20 % de CanalSatellite). « Chacun sera dans son rôle : Pathé dans le cinéma et nous dans la télévision payante », a résumé

Pierre Lescure, jusqu'à récemment président-directeur général de Canal+³⁵. Pathé se positionne également pour exploiter les occasions offertes par l'avènement de la télévision numérique terrestre. Enfin, Pathé détient diverses participations financières : 0,6 % du capital de Vivendi, 32,4 % de Chargeurs, groupe industriel textile de taille mondiale qui a réalisé, en 2002, un chiffre d'affaires de 1,1 milliard d'euros avec 87 % de ses ventes hors de France, et 21,77 % du capital de la société éditrice du journal *Libération*.

2.2. Les participations directes des capitaux étrangers dans les divers secteurs des industries culturelles et de la communication

La presse

Globalement, la presse est un acteur économique important. Avec un chiffre d'affaires de 10,3 milliards d'euros en 2002, la presse écrite devance largement la télévision (environ 5 milliards d'euros) et l'édition (2,5 milliards)³⁶. En France, près de 7 milliards d'exemplaires de publications sont mis à la disposition du public dont plus de 5 milliards pour la seule presse grand public. Arrivent très largement en tête les magazines (44 %), suivis de la presse quotidienne régionale ou départementale (37 %), puis la presse quotidienne nationale (12 %)³⁷. Cependant, les tirages stagnent car le nombre de lecteurs des journaux payants n'augmente pas. Les titres de presse sont, pour la plupart, très dépendants de la publicité (en moyenne 50 % de leurs recettes). Dans ce contexte, la concurrence de la presse d'information gratuite, qui s'est fortement développée en France en 2003, est redoutable.

Les situations économiques différenciées entre les divers sous-secteurs de la presse tout comme les stratégies des acteurs conduisent à d'importants mouvements capitalistiques. La concentration s'accroît, les industriels extérieurs s'intéressent au secteur, tandis que certains groupes de presse – peu nombreux il est vrai³⁸ – se diversifient ou envisagent de se diversifier, par exemple dans l'hertzien numérique, la télévision hertzienne locale, ou les chaînes de télévision thématiques. De manière générale, la pénétration du capital étranger accompagne ces mouvements et elle apparaît d'ores et déjà significative.

Bien qu'une majorité de titres reste la propriété de groupes français, les intérêts étrangers sont fortement représentés au sein de la presse magazine dont la situation économique est assez largement favorable et dont le taux de concentration est élevé. Bertelsmann par l'intermédiaire de Prisma Presse est le second opérateur du secteur. Le groupe anglais Emap possède également de

³⁵ Source : « Vivendi absorbe Pathé et s'invite dans le groupe de Rupert Murdoch », site Internet du *Monde interactif*, mis à jour le 8 juin 1999, consulté le 13 janvier 2002.

³⁶ Source : *La tribune*, 19 novembre 2003.

³⁷ Source : *La tribune*, 19 novembre 2003.

³⁸ On peut citer, parmi les plus marquants, les exemples de *l'Équipe*, du *Monde* ou de *Ouest France*.

fortes positions (Le chasseur français, TéléStar, etc.). Les intérêts industriels français sont d'abord représentés par le premier acteur du secteur, Hachette Filipacchi Médias (HFM), filiale de Lagardère. HFM est le premier éditeur de presse magazine au monde, avec 238 titres dans 36 pays (dont 43 magazines en France) représentant plus de 1 milliard d'exemplaires. Son chiffre d'affaires totalise 2,2 milliards d'euros, dont 54 % à l'international. Par ailleurs, les fonds d'investissement Cinven, Carlyle et Apax détiennent de nombreux titres d'information professionnelle et santé tandis que la Socpresse contrôle le groupe Express-Expansion-L'Etudiant. La Socpresse appartient pour 70 % à la famille de Robert Hersant, grand patron de presse français de ces dernières décennies décédé en 1996, et à Dassault (30 %) acteur industriel de l'armement, de l'aéronautique et de l'espace.

La presse quotidienne régionale (PQR) est encore dominée par des intérêts français, dont la Socpresse de la famille Hersant et le groupe HFM de Lagardère. Seuls deux groupes « indépendants » subsistent, *Ouest-France* et *Sud-Ouest*, eux-mêmes en position extrêmement dominante sur leur territoire respectif. Les intérêts industriels étrangers sont néanmoins présents dans la presse quotidienne régionale. Fréquemment, ils y sont entrés en accompagnant des prises de participation d'acteurs français de la presse, notamment de la presse quotidienne nationale (PQN). L'opération la plus marquante à cet égard est certainement celle de Presse Europe Région (PER). *Le Monde* et un ensemble de partenaires regroupés au sein de PER (*La Stampa* [Italie], *El País* [Espagne] et Edipresse [Suisse]) ont pris diverses participations au sein du capital de plusieurs titres de la PQR, dont le *Midi Libre*. Le Monde SA détient 51 % de Presse Europe Région³⁹. Par ailleurs, Rossel, le plus important groupe de presse francophone en Belgique, (détenu à 40 % par la Socpresse, du groupe Hersant), détient 70 % de *La Voix du Nord*.

Moins de dix quotidiens nationaux d'information générale subsistent en 2004. La presse quotidienne nationale voit également son degré de concentration s'élever. Les difficultés de la presse quotidienne nationale ou les stratégies de diversification des groupes de presse comme des groupes extérieurs ont conduit les plus importants quotidiens nationaux à ouvrir leur capital, y compris, directement ou indirectement, à des investisseurs étrangers. Outre des acteurs étrangers de la presse, les entreprises de capital de risque étrangères, comme des fonds de retraite américains, ont pris des positions, toutefois très minoritaires. Les intérêts français demeurent nettement majoritaires.

Les quotidiens nationaux spécialisés n'échappent pas à ces mouvements d'ouverture. La presse quotidienne d'information économique et financière compte deux titres. *Les Echos* appartient au groupe britannique Pearson, tandis que *La Tribune* relève du groupe français, plutôt spécialisé dans les

³⁹ Source : site Internet de la Société des lecteurs du *Monde*, consulté le 12 janvier 2002.

activités du « luxe », LVMH (Louis Vuitton Moët Hennessy). Le quotidien *l'Équipe* appartient au groupe Amaury, qui possède aussi *Le Parisien*. Le groupe Amaury est un groupe français⁴⁰.

L'édition

Avec un chiffre d'affaires de 2,7 milliards d'euros (clubs compris), en hausse de 2,3 %, l'édition enregistre en 2002 sa quatrième année de croissance consécutive⁴¹. L'édition française, durant ces dernières années, a été organisée autour d'un duopole (Vivendi et Lagardère) et de structures moyennes ou petites, encore souvent à capitaux familiaux. Après l'acquisition des activités européennes d'édition de Vivendi (EDITIS) par Lagardère, le nouvel ensemble est en très forte domination sur l'édition proprement dite mais plus encore sur la distribution. Avec la décision prise en janvier 2004 par la Commission européenne, Lagardère ne conservera que 40 % du périmètre consolidé d'EDITIS. Lagardère doit vendre le reste. Il a d'ores et déjà annoncé qu'il va privilégier une vente en bloc. La structuration du secteur de l'édition en France est aujourd'hui instable. Toutefois, Lagardère en sera l'acteur dominant.

Les intérêts industriels étrangers sont représentés directement dans l'édition française, à travers des prises de participation ou de contrôle de maisons familiales, accroissant ainsi la concentration du secteur à l'échelle non plus française, mais européenne et mondiale. L'éditeur italien Rizzoli a ainsi acquis la prestigieuse maison Flammarion. Mais les intérêts industriels français, avec les éditeurs contrôlés par Lagardère et les autres maisons indépendantes, restent encore dominants.

La radio

La radio est un secteur sensiblement pénétré par les intérêts étrangers. Généralement, sont distinguées les radios nationales publiques, les radios dites « périphériques », telles que RTL ou Europe 1, qui sont des radios nationales privées, les réseaux nationaux de la bande FM, les stations commerciales locales non reliées à un réseau et les radios associatives ou communautaires. Les deux catégories où les intérêts étrangers peuvent s'investir de manière rentable sont les radios périphériques et les radios commerciales de la bande FM. Le groupe allemand Bertelsmann qui est maintenant l'actionnaire de contrôle de RTL Group possède ainsi la radio française dont l'audience est la plus forte, RTL. Ce groupe détient également d'autres radios, en particulier des radios FM, telles que Fun Radio et RTL2. Les intérêts français sont représentés par le secteur public, Radio France, par les radios du groupe Lagardère et par des firmes indépendantes. Cette importance de la présence industrielle étrangère, notamment allemande, a suscité des commentaires des acteurs industriels français, comme du CSA. Les responsables du réseau radiophonique NRJ ont regretté qu'ils n'aient pu

⁴⁰ Le groupe Amaury est détenu à hauteur de 75 % par Philippe Amaury et de 25 % par Hachette.

⁴¹ Source : Bilan statistique du Syndicat National de l'édition.

bénéficier de la réciprocité en Allemagne, c'est-à-dire y détenir deux réseaux radiophoniques. Une action a été entamée devant les instances européennes. Le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) a demandé que cette réciprocité puisse exister.

Le cinéma

La situation économique du cinéma français est contrastée et les intérêts étrangers très présents. En 2003, les entrées dans les salles s'élèvent à 174,2 millions d'entrées, soit 5,6 % de moins qu'en 2002⁴². La production française demeure importante. Sur 200 films ayant obtenu un accord de diffusion en France en 2002, 163 sont des films dits d'initiative française, tandis que, sur 860 millions d'euros investis dans la production cinématographique en France en 2002, 724 millions s'investissent dans des films d'initiative française. 678 millions sont investis par les acteurs économiques nationaux et 182 par les acteurs étrangers⁴³. Malgré le maintien d'une production française, la suprématie des films américains en France est forte. En 2003, les films français ont réalisé 60,6 millions d'entrées, soit un recul de 6,2 % par rapport à 2002 mais ils restent largement au-dessus de la moyenne observée sur les dix dernières années (51,6 millions). La part de marché des films français est estimée à 34,8 % en 2003 contre 35,0 % en 2002. En 2003, les films américains ont réalisé 92,3 millions d'entrées soit une progression de 0,4 % par rapport à 2002. Ils sont au-dessus de la moyenne observée sur les dix dernières années (84,7 millions). La part de marché du cinéma américain est estimée à 53,0 % en 2003, contre 49,9 % en 2002⁴⁴.

Le cinéma en France est donc largement « internationalisé ». Outre les différents dispositifs publics d'aide et les systèmes qui organisent des « subventions croisées » entre les acteurs professionnels, les financeurs principaux de la production cinématographique française sont les chaînes de télévision, en particulier la chaîne cryptée Canal Plus (groupe Vivendi). Il est donc crucial pour l'économie de la production cinématographique, qu'un éventuel contrôle étranger ne remette en cause leurs apports au cinéma. Cela était le cas lorsque Vivendi Universal, fortement investi dans les contenus aux États-Unis, comprenait de nombreux actionnaires étrangers, en particulier américains, et que la politique industrielle du groupe consistait à diffuser en France et dans le reste de l'Europe des « contenus » américains. Les investissements de Canal Plus dans le cinéma français et européen, imposés par le cahier des charges de la chaîne, ne correspondaient plus à une logique industrielle.

La distribution est très concentrée ; 10 distributeurs réalisent 88,6 % des encaissements. Les intérêts étrangers sont très représentés dans la distribution cinématographique. Le numéro un est Gaumont

⁴² Source : estimations du service des études du Centre National de la Cinématographie (CNC), site Internet du CNC consulté le 26 janvier 2004.

⁴³ *Ibid.*

⁴⁴ *Ibid.*

Buena Vista International (GBVI) avec 20,3 % des encaissements en 2000. GBVI, créée en 1993, distribue en France les films produits par Gaumont et par Buena Vista International (groupe Disney). GBVI est une société en nom collectif, possédée à parité par ses deux fondateurs. Une vingtaine de films sont ainsi distribués chaque année. Le second avec 13,1 % de parts de marché est une filiale de Paramount, UIP. Le troisième est Bac films avec 10,2 % des encaissements. Viennent ensuite UFD, Pathé Distribution, Columbia Tristar, ARP, Warner Bros. L'importance des intérêts américains dans la diffusion tient pour partie au fait que, sur les 544 films inédits diffusés en France en 2000, 194 sont américains.

L'exploitation en salles est également très concentrée mais encore sous contrôle français. En juin 2001, Pathé et Gaumont ont décidé de rassembler leurs salles au sein de EuroPalaces qui devient ainsi le leader français de son secteur et se positionne au premier rang en Europe. 66 % du capital est détenu par Pathé et 34 % par Gaumont. En 2002, EuroPalaces réalise un chiffre d'affaires de 374 millions d'euros, et une part de marché de 22,1 %, ce qui fait de Pathé le leader du marché devant UGC. Il est à noter que le capital d'UGC est détenu à 40 % par Vivendi⁴⁵.

La télévision par câble

La télévision par câble connaît des difficultés⁴⁶ récurrentes en France depuis son lancement sous l'égide de l'État en 1982, avec le Plan Câble. Elles ont perduré après le retrait de l'État en 1986. Plus de 6 milliards d'euros auraient été investis dans le câble depuis son lancement et jamais les câblo-opérateurs n'ont atteint le stade de la rentabilité⁴⁷. Néanmoins, depuis 1999, les réseaux de télévision câblée connaissent un certain sursaut. De décembre 1999 à décembre 2000, le nombre d'abonnés a augmenté de 7,3 %. Au 30 septembre 2001, la télévision câblée comptait 3 280 620 abonnés, soit une augmentation de 10,3 % en un an, Au 31 décembre 2003, 3,7 millions de foyers sont abonnés, tandis que le nombre de prises commercialisables est de 11,5 millions. Le pourcentage d'abonnés pour le nombre de prises a toujours été très faible. Pour l'essentiel, il s'agit d'abonnés aux services de télévision analogique. Parmi les foyers abonnés aux services de télévision, un sur quatre seulement est abonné à la télévision numérique. Les abonnements aux services d'accès à Internet, quoiqu'en très forte augmentation ne sont qu'au nombre d'environ 400 000 et seuls 55 800 foyers sont abonnés à des services de téléphonie. En termes de parts de marché, la première place est occupée par Noos, qui totalise 30 % de l'ensemble des foyers desservis (raccordés au service antenne ou abonnés à une offre commerciale), devant France Télécom Câble (24 %) qui est une filiale à 100 % de France Télécom, NC Numéricâble (21 %), UPC France (15 %) et Est Vidéocommunication (4 %).

⁴⁵ Communiqué de Vivendi émis le 13 janvier 2004.

⁴⁶ Les câblo-opérateurs en France n'ont encore jamais atteint le seuil de rentabilité, loin s'en faut.

⁴⁷ Source : *La tribune*, 21 mars 2003.

Les investisseurs étrangers sont présents directement et indirectement sur ce marché. Indirectement à travers leur participation significative au capital de Noos. Noos appartient à un holding unique dénommée SLT, Suez Lyonnaise Télécom⁴⁸. Aux côtés de Suez, actionnaire de référence (50,1 %) et dont le capital est lui-même dominé (56 %) par des intérêts étrangers, deux partenaires participent au capital de Suez Lyonnaise Télécom : France Télécom (27 %), opérateur historique des télécommunications et le fonds d'investissement américain, Morgan Stanley Capital Partners (22,9 %). De même, NC Numéricâble qui est le troisième câblo-opérateur français est une filiale à 100 % du groupe Canal Plus donc de Vivendi, au capital dominé par des intérêts étrangers. Les capitaux américains sont directement présents dans le câble en France par l'intermédiaire d'UPC (United Pan-European Communications), groupe néerlandais à capitaux américains, quatrième câblo-opérateur. UPC est contrôlée par Liberty Media.

La télévision par satellite

La télévision par satellite est organisée sous forme d'un duopole, avec d'un côté l'entreprise CanalSatellite, lancée en avril 1996 et de l'autre Télévision Par Satellite (TPS), créée en décembre de la même année⁴⁹. Le dynamisme de cette industrie est à souligner. Le nombre d'abonnés a rapidement augmenté ; dès la fin de l'année 1998, le nombre d'abonnés aux bouquets numériques a rejoint le nombre d'abonnés au câble. Au 31 décembre 2002, TPS comptait 1 172 000 abonnés, tandis qu'au 31 mai 2003, Canalsatellite regroupait 2 075 000 abonnés.

TPS est contrôlée majoritairement par des intérêts industriels français : TF1 (66 %) dont le capital est dominé par Bouygues à hauteur de 40 %, et M6 (34 %) dont la société allemande Bertelsmann détient 48 % des actions. Pour sa part, le capital de CanalSatellite appartient majoritairement au groupe Vivendi, via Canal Plus (66 %), l'autre actionnaire, avec 34 %, étant Lagardère.

Les chaînes thématiques

Les chaînes thématiques, bien qu'elles soient encore d'un poids modeste, ont connu un essor important en France, à la fin des années 1990 et au tout début des années 2000, en particulier grâce aux perspectives nouvelles offertes par le développement de la télévision par satellite numérique ainsi que par le renouveau du câble. Les perspectives de développement de la télévision numérique

⁴⁸ Suez a annoncé au début de mars 2004 avoir engagé des discussions exclusives avec l'américaine Liberty Media pour la vente de ses intérêts dans Noos. Liberty Media contrôle déjà le quatrième câblo-opérateur en sol français, UPC.

⁴⁹ Un troisième bouquet a été lancé, AB Sat, dépendant d'un producteur audiovisuel très important AB Productions. Ce troisième bouquet ne s'est pas maintenu, ses programmes sont désormais diffusés par les deux autres opérateurs.

terrestre, quant à elles, ne cessent d'être retardées⁵⁰. En octobre 2002, il existait en France métropolitaine 98 chaînes de télévision en langue française, tous genres confondus, ayant passé une convention avec le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), comparativement à 84 en 2000 et à seulement 23 à la fin de 1995⁵¹.

Toutefois, cet élan semble considérablement se ralentir. Entre 2001 et 2002, le nombre d'abonnés a certes augmenté de 10 %, avec 5,5 millions de foyers abonnés à une offre élargie (contre 4,5 millions en 2000), mais le chiffre d'affaires 2002 des chaînes thématiques qui s'élève à 848 millions d'euros ne progresse pas. Il aurait été en baisse sans l'apparition de nouvelles chaînes. Cette stagnation s'explique par la baisse des redevances versées par les distributeurs et par la diminution des recettes publicitaires. Comme le note l'étude du CSA : « la baisse des redevances affecte non seulement les nouveaux entrants, qui affrontent des conditions moins favorables et une plus forte concurrence sur leurs thématiques respectives, mais également les chaînes historiques du câble et du satellite. Pour la première fois depuis le lancement des « chaînes de complément », la croissance de leur chiffre d'affaires global enregistre un coup d'arrêt. En revanche, le résultat net global du secteur s'est amélioré de 36 millions d'euros, soit -81 millions en 2002 contre -117 millions en 2001. Si deux thématiques dégagent un résultat net positif (le cinéma et les chaînes destinées à la jeunesse), bon nombre de chaînes ont anticipé la baisse de leurs recettes et comprimé leurs charges d'exploitation ». Il est à noter que l'essentiel des ressources de ce marché est collecté par un petit nombre de chaînes. En 2002, la part des chaînes thématiques dans le chiffre d'affaires global de la télévision s'établit à 12 %.

Les « éditeurs » de chaînes thématiques les plus importants sont rattachés à de grands groupes de communication, en particulier audiovisuels. La plupart des éditeurs sont contrôlés par des intérêts industriels français. Comme le note l'étude du CSA, « TPS et Canal Satellite sont entrés dans une course au lancement de chaînes afin d'étoffer leur offre. L'actionnariat des chaînes montre l'implication des deux bouquets dans l'édition de thématiques ». L'intense activité des deux bouquets montre combien ce secteur est en voie d'intégration verticale. Avec le CSA, notons que « les deux bouquets satellitaires représentent la majeure partie du chiffre d'affaires des chaînes du câble et du satellite (près de 80 %) ». Le groupe Vivendi à travers diverses structures, et tout particulièrement Multithématiques qu'il contrôle à 64 %, est certainement le premier acteur de ce secteur. Lagardère intervient également, tant indirectement par sa présence à hauteur de 27,42 % dans Multithématiques, que directement grâce à Lagardère Images et Lagardère Thématiques. Un groupe de production audiovisuel, le Groupe AB, édite un grand nombre de chaînes. Pathé est également très présent. Enfin,

⁵⁰ Saul mention contraire les informations qui suivent sont extraites d'une étude du CSA, CSA, Bilan 2002 des chaînes du câble et du satellite : croissance du parc d'abonnés et stagnation du chiffre d'affaires, *La Lettre du CSA*, n° 166. Octobre 2003.

⁵¹ Source : Francis Balle, 2001, *Médias et Société*, p. 160.

les principaux diffuseurs audiovisuels français sont des éditeurs de chaînes thématiques, en particulier M6, le service public de France Télévision et TF1.

Les capitaux étrangers, outre leur présence dans l'actionnariat des groupes mentionnés ci-dessus, sont représentés à titre divers. Compte tenu du grand nombre de chaînes, comme du nombre souvent important d'actionnaires fixes dans le capital de chaque chaîne, il n'est pas possible d'évaluer de manière quantitative cette présence étrangère. Des groupes audiovisuels étrangers peuvent éditer des déclinaisons françaises de leur chaîne, tel Disney avec Disney Channel. Ils peuvent également être présents, de manière minoritaire, au sein du capital des chaînes. À titre d'exemple, Liberty Media détient 27,42 % du capital de Canal Jimmy. Enfin, les intérêts financiers étrangers, en particulier les fonds de placement ou de retraite anglo-saxons, détiennent de très nombreuses participations minoritaires au sein du capital des chaînes thématiques françaises.

La diffusion hertzienne

Ce secteur demeure, et de loin, le principal segment de la télévision française⁵². Les intérêts industriels français sont dominants. Le leader de la télévision hertzienne généraliste à financement publicitaire est TF1 dont Bouygues est le principal actionnaire (40 %). Le secteur public télévisuel, en particulier France Télévision (France2, France3 et France5), occupe une place essentielle. France2 réalise généralement la seconde audience après TF1. L'offre comprend aussi la chaîne Canal Plus qui appartient à 49 % au groupe Canal Plus, qui lui-même appartient à 100 % à Vivendi. Les intérêts industriels étrangers sont essentiellement représentés par M6, détenue à hauteur de 48,4 % (le maximum permis pour un même actionnaire est de 49 %) par RTL Group qui appartient à l'allemande Bertelsmann. La montée en puissance de Bertelsmann au sein du capital de M6 par le rachat à la fin de 2003 de la majeure partie des actions détenues par Suez a créé un certain émoi parmi les professionnels français. Il a été souligné que c'était la première fois qu'un industriel étranger, aussi puissant de surcroît, détenait une telle position dans une importante chaîne française. Des discussions avec l'autorité de régulation de l'audiovisuel, le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, ont conduit à une entente faisant en sorte que 14,3 % des actions de M6 détenues par RTL Group ne donnent aucun droit de vote.

⁵² En 2000, les chaînes hertziennes représentent encore 92 % de l'audience totale de l'ensemble des chaînes de télévision et elles ont réalisé, en 2000, un chiffre d'affaires de 39,1 milliards de francs. Source : *La lettre du CSA*, n°145, Novembre 2001.

Les télécommunications

Les télécommunications constituent un secteur particulier dans la mesure où la libéralisation a été la plus tardive ; le 1^{er} janvier 1998, en ce qui concerne la téléphonie vocale fixe ouverte au public. Le poids de l'opérateur historique, autrefois administration, puis entreprise publique en position de monopole, est encore dominant en termes de chiffre d'affaires et de nombre d'abonnés dans la plupart des segments des industries des télécommunications, en tout cas pour les marchés intérieurs (les marchés français). Le groupe France Télécom est aujourd'hui une société « privatisée », mais dont l'État détient encore 59 % environ du capital. Cela étant dit, les intérêts étrangers sont très représentés parmi les nouveaux entrants, qu'il s'agisse d'investisseurs financiers ou d'acteurs industriels des communications. Les divers segments sont présentés séparément.

La téléphonie vocale fixe ouverte au public est encore très largement dominée par l'opérateur historique. Il détient un monopole de fait sur les communications locales. En effet, le dégroupage de la boucle locale a connu de grands retards, tandis que le nombre d'abonnés au câble accédant à des services de téléphonie est très faible. En revanche, les communications interurbaines et *a fortiori* internationales sont des marchés plus concurrentiels. Si les acteurs du marché professionnel font plus jouer la concurrence, le marché des ménages, en particulier pour l'interurbain, est encore dominé par France Télécom. Néanmoins, la plupart des nouveaux entrants sont des filiales de groupes industriels étrangers, très fréquemment d'anciens opérateurs historiques dans leur pays. Le second acteur de ce marché, après France Télécom, est dans une situation particulière. Il s'agit de Cegetel. La CGE (devenue Vivendi) a ambitionné, dans les années 1990, de devenir un acteur important des télécommunications compte tenu de la libéralisation annoncée en Europe. À cette fin est fondée la société Cegetel, à ambitions françaises et européennes. Une telle stratégie suppose de disposer de moyens financiers considérables ainsi que d'alliés étrangers. Plusieurs succéderont à partir de 1996 aux côtés de Vivendi dans le capital de Cegetel. En 2003, Cegetel et SFR fusionnent. SFR est le second opérateur français de téléphonie mobile et est également sous le contrôle de Vivendi. La société tête du groupe Cegetel-SFR est désormais détenue à 55,8 % par Vivendi Universal et à 43,9 % par Vodafone. Depuis la fin des années 1990, a émergé Neuf Telecom (dénommée, il y a peu, LDCOM) qui, avec Cegetel, est l'un des principaux concurrents de France Télécom. Son chiffre d'affaires en 2003 s'élève à 1 milliard d'euros. Aux côtés du groupe Louis Dreyfus, se trouvent au capital de Neuf Telecom des entreprises et investisseurs internationaux. Son actionariat se répartit comme suit : Groupe Louis Dreyfus et employés : 42,6 %, Suez : 16,7 %, Belgacom : 8,1 %, Telecom Italia : 7 %, Crédit Suisse First Boston : 8,3 %, Wendel Investissement : 7,3 %, autres investisseurs : 10 %.

La téléphonie mobile dite de seconde génération a connu une très forte progression ces dernières années, en particulier depuis l'arrivée du troisième opérateur, qui a provoqué une forte baisse des prix. Au 31 décembre 2003, on compte 41,7 millions d'abonnés aux services de radiotéléphonie, ce qui

représente un taux de pénétration de 69,1%. La téléphonie mobile dite de seconde génération est aux mains de trois opérateurs industriels français mais des intérêts étrangers minoritaires, industriels et financiers, participent à leur capital. Orange, avec une part de marché de 48,8 % fin 2003, est une filiale à 80 % de l'opérateur historique France Télécom. SFR, du groupe Cegetel-SFR, dispose d'une part de marché de 35,5 %. Bouygues Telecom, filiale du groupe Bouygues, détient 15,9 % du marché.

La boucle locale radio (BLR) est un marché de la téléphonie qui s'est ouvert aux débuts des années 2000. Jusqu'à présent ce marché ne s'est pas développé. Toutefois, la BLR est intéressante car l'introduction des intérêts étrangers a suscité des commentaires. Lors de son lancement, la BLR est apparue comme potentiellement très rentable aux yeux des investisseurs. L'ouverture de la boucle locale est alors un vecteur de pénétration des acteurs étrangers. Cependant, après quelques années, la plupart ont, soit quitté le marché (plusieurs faillites), soit rejoint Neuf Telecom du groupe français Louis Dreyfus qui est le principal opérateur dans ce domaine.

Les portails Internet

En France, le principal fournisseur d'accès à Internet (FAI), Wanadoo, est contrôlé par France Télécom. Son chiffre d'affaires en 2003 est de 2 milliards d'euros, pour 4,4 millions d'abonnés. Le second, Free, fondé en 1999, est introduit en bourse en janvier 2004. Auparavant son actionariat était majoritairement contrôlé par son fondateur, M. Niel. Le fond Goldman Sachs détient toutefois une participation au capital. Les autres acteurs dans ce domaine sont fréquemment détenus par des intérêts étrangers. Club-internet, avec un million d'abonnés fin 2003, a été fondé par Lagardère mais appartient depuis février 2000 à T-Online, une filiale à 74 % de Deutsche Telekom. AOL, avec un million d'abonnés, est une filiale à 100 % d'AOL Inc. depuis le retrait de Vivendi de son capital.

3. LA PROPRIÉTÉ ÉTRANGÈRE, UNE CONTREPARTIE DE L'INTERNATIONALISATION DES INDUSTRIES DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION

3.1. Les stratégies des acteurs industriels et financiers étrangers

Les données empiriques montrent que la pénétration du capital financier étranger dans les industries françaises de la culture et de la communication est globalement significative alors que la présence d'intérêts industriels étrangers apparaît globalement modérée mais inégale selon les secteurs ou sous-secteurs. Les présences les plus significatives sont souvent le fait de groupes européens. Dans la continuité des mouvements de diversification internationale initiés dans les années 1980, des groupes étrangers recherchent des « synergies entre plusieurs médias et la perspective

d'une intégration (horizontale) multi-médiatique»⁵³. Les exemples sont nombreux, cette logique semble encore rendre compte assez largement des stratégies des groupes européens, avec Bertelsmann fortement positionné dans la diffusion hertzienne, la radio, la presse périodique, avec également Emap et Pearson dans la presse, Rizzoli dans l'édition, Deutsche Telekom avec Siris et Club-internet (via sa filiale Internet, T-Online). Investir dans des firmes qui rapportent un important *cash flow* constitue une variante de cette stratégie. Une seconde logique industrielle est celle de l'intégration verticale, illustrée par Disney avec Disney Channel. À une certaine intégration verticale, Disney est présent sur la production et la diffusion à travers des chaînes thématiques, s'ajoute la diversification internationale. Là aussi, la perspective de pouvoir dégager un fort *cash flow* est très présente. Les groupes industriels européens se contentent fréquemment de positions minoritaires, en particulier lorsque les coûts d'entrée sur le marché, notamment les « coûts irréversibles » sont très élevés, ainsi que les risques.

Diversification horizontale et intégration verticale ne sont pas des stratégies propres aux groupes étrangers. En revanche, pour eux, les investissements dans les contenus semblent poser des problèmes spécifiques. Les modalités de production des contenus, comme de diffusion, de distribution et de promotion obéissent encore à des logiques différentes dans les diverses nations ou bassins linguistiques et culturels. La maîtrise des formes de production artistiques ou informationnelles dominantes en France est d'autant plus nécessaire que la valorisation des produits culturels et des contenus est aléatoire, notamment parce qu'ils incorporent généralement une part significative de travail artistique ou informationnel. Les groupes étrangers doivent également pouvoir facilement accéder à un réseau de distribution et de diffusion. En somme, les acteurs économiques intervenant dans les contenus doivent disposer *a priori* d'une insertion dans les milieux nationaux ce dont, dans les faits, peu de firmes ou de groupes étrangers disposent. Font exception à ces remarques sur les contenus, les produits très internationalisés, qui trouveront aisément un public hors de leur cadre national et culturel de production. Les animations de Disney de même que la plupart des films américains en constituent de bons exemples. Les acteurs économiques qui maîtrisent ces contenus sont d'ailleurs en position de force pour contrôler les autres niveaux de la filière.

La maîtrise des activités de réseaux suppose essentiellement des compétences techniques, transposables d'un cadre national à un autre. Certes, il convient également de maîtriser les techniques d'offre de services aux consommateurs, en particulier de marketing ou de facturation, tout comme les modalités d'articulation avec d'autres acteurs intervenant dans les contenus et les services. Mais ces savoir-faire sont moins complexes que la production directe de contenus. Il n'est donc pas étonnant

⁵³ Miège Bernard, « À l'arrière-plan de mouvements de concentration récents dans le secteur de la communication », *Les Dossiers de l'Audiovisuel*, Juillet 2000.

que les télécommunications, en particulier les télécommunications professionnelles, la télévision par câble, les réseaux de télécommunications dits de boucle locale radio (BLR), et l'offre d'accès à Internet aient fortement attiré les acteurs étrangers. Ces opérations sont apparues, parfois à tort d'ailleurs, comme des investissements potentiellement très rentables, offrant une quasi-rente, une fois l'investissement initial amorti.

Les stratégies des acteurs financiers étrangers et les enjeux de leur présence au sein du capital des groupes français ont souvent été commentés, mais dans des sens assez contradictoires ou interrogatifs. La contradiction porte premièrement sur l'importance de la présence étrangère. Avec les autres actionnaires étrangers, les fonds institutionnels étrangers⁵⁴ représentent 35 % de la capitalisation boursière de la place de Paris et 50 % de celle du CAC 40. Toutefois, ils « ne prennent individuellement que des parts très faibles dans les entreprises : moins de 2 % du capital des entreprises du CAC 40, et le plus souvent moins de 5 % ». L'interrogation porte également sur les différences de comportements entre acteurs financiers selon leur nationalité : « les investisseurs institutionnels français tendent de plus en plus à adopter les mêmes objectifs et les mêmes comportements (*que les étrangers*) »⁵⁵. Enfin, l'interrogation principale porte sur l'impact des demandes formulées par les acteurs financiers étrangers. « En raison de leur poids économique, les fonds institutionnels étrangers manifestent des exigences communes pour le gouvernement d'entreprise. Ces exigences sont publiées sous la forme de chartes et sont accompagnées de campagnes publiques dans les médias, d'activisme dans les assemblées, et d'interventions auprès des dirigeants »⁵⁶. Mais en fait, peu d'entreprises françaises appartenant aux industries de la culture et de la communication ont réellement mis en place de nouvelles formes de gouvernance. Les thèmes de la « création de valeur » et de la gouvernance ne sont encore que des slogans de la communication financière des groupes. Nous avons également déjà signalé l'importance du maintien d'un actionnariat et d'un contrôle familiaux et la survivance, quoique sous une forme nouvelle et amoindrie, des anciens cœurs financiers.

3.2. La propriété étrangère : une absence de conséquences mécaniques

Quatre enjeux sont évoqués ici.

Les inégalités entre les nations

Christian Pradié a remarqué que la domination du marché financier par des acteurs américains pouvait conduire, dans différents pays dont la France, à une perte du contrôle national sur les

⁵⁴ Dix fonds institutionnels sur les quinze les plus importants en France sont américains.

⁵⁵ Ibid.

⁵⁶ Ibid.

industries de la culture et de la communication au profit de ces derniers, ce que les politiques industrielles publiques ne prennent pas suffisamment en compte⁵⁷. Force est de constater qu'en positionnant dans le capital du holding, les intérêts étrangers acquièrent ainsi une partie de tout un ensemble d'entreprises. Cet « achat groupé » partiel facilite grandement la pénétration des intérêts étrangers qui ainsi n'ont pas à négocier chaque acquisition et à supporter les risques et les coûts de ces transactions multiples. Or, dans le cas de groupes tels que Vivendi, les intérêts étrangers acquièrent tout ou partie d'acteurs majeurs des industries de la culture et de la communication. Les opérations sont particulièrement intéressantes pour eux lorsque ces acteurs occupent des positions industrielles « protégées », c'est-à-dire relevant de marchés où le nombre d'acteurs est juridiquement limité, comme dans la télévision hertzienne et la téléphonie mobile. Néanmoins, il convient de reconnaître que cette situation ne résulte pas des seuls manquements des politiques publiques. La constitution des groupes, financée par les marchés internationaux, correspond également à des volontés stratégiques de la part de leur management, en quête de croissance et d'internationalisation.

L'entrée des capitaux étrangers, un facteur de concentration industrielle.

En France, l'entrée des intérêts étrangers a facilité les processus de concentration industrielle à l'œuvre dans ces secteurs. La forte croissance externe de certains groupes tels que Vivendi, qui conduit à une réduction du nombre d'acteurs significatifs présents sur le marché, n'aurait pu être financée sans le recours aux marchés internationaux des capitaux. Dans d'autres contextes nationaux, en particulier au Canada, la libéralisation de l'entrée des capitaux étrangers dans les industries de la culture et de la communication est parfois considérée comme pouvant constituer un facteur de développement de la concurrence⁵⁸. Une telle représentation repose en particulier sur l'idée que les marchés financiers internes sont trop étroits pour financer le développement d'offres nouvelles, d'où l'intérêt du recours aux capitaux extra-nationaux. Or, dans un pays comme le Canada, une ouverture aux capitaux étrangers permettrait certainement l'apparition de nouveaux entrants mais, à terme, compte-tenu de l'étroitesse du marché en question – le marché des consommateurs finaux n'augmentera évidemment pas ou que faiblement du fait de la création de nouveaux concurrents – un processus de concentration, au bénéfice des opérateurs les plus solides financièrement, se produira inévitablement.

⁵⁷ Christian Pradié, « Comment penser la détention et le contrôle des industries de la communication », *Symposium international « Bagues 2001, Globalisme et pluralisme »*, Montréal, 24-27 avril 2002, actes à paraître.

⁵⁸ C'était en particulier l'une des thématiques principales au programme de la journée d'étude organisée par le Centre d'études sur les médias et précédemment citée.

Les avantages concurrentiels en faveur des groupes au capital « éclaté » et internationalisé

Les groupes « français » de communication au capital internationalisé bénéficient-ils d'avantages concurrentiels significatifs par rapport aux autres groupes français, cotés ou non ? Dans l'affirmative, le contrôle managérial et l'internationalisation du capital seraient des formes plus rationnelles d'exploitation du capital et, à terme, ces groupes pourraient supplanter les autres.

Certes, il est connu que les groupes de communication cotés à la bourse bénéficient d'avantages concurrentiels par rapport aux autres, qui sont pour l'essentiel des structures de plus petite taille, et que ces avantages leur donnent une plus grande rentabilité⁵⁹. En revanche, à partir des données empiriques dont nous disposons, la comparaison entre les groupes financiarisés, selon qu'ils soient ou non en contrôle managérial, n'est pas aisée. Plusieurs avantages concurrentiels potentiels peuvent être envisagés. Les premiers sont d'ordre industriel, ils sont d'ailleurs plus liés à la taille des groupes qu'à la composition de leur capital⁶⁰. Ces groupes du fait de l'ampleur de la diversification horizontale et de l'intégration verticale sont en mesure de réaliser des économies d'échelles et d'envergure significatives. Leur grande taille et leur intégration leur permettent également de développer des stratégies faussant la concurrence et créant des barrières à l'entrée sur les marchés, par exemple des pratiques d'exclusivité sur les contenus ou des barrières à l'accès aux réseaux de diffusion. À défaut de stratégies d'exclusivité au sens strict, les accès facilités aux réseaux comme aux contenus peuvent faire baisser leurs coûts. À titre d'exemple, un des paris industriels de Vivendi Universal était d'associer un accès privilégié à des contenus notamment américains avec des réseaux de diffusion en Europe, les autres « diffuseurs » de contenus ayant moins de facilité pour accéder à ces contenus américains.

Ces coûts inférieurs peuvent les conduire à pratiquer des stratégies tarifaires plus agressives, vis-à-vis du marché des ménages, comme de celui des annonceurs. Ces meilleures fonctions de coûts contribuent, en générant de nouvelles facilités de financement et donc de développement, à entretenir leur position de domination. Ces hypothèses semblent plutôt vérifiées au sein des mêmes filières⁶¹. En revanche, au sein des conglomérats, les synergies entre les pôles d'activités relevant de filières différentes sont très faibles, comme le montre l'exemple des conglomérats britanniques, sur les plans de l'offre, comme sur celui de la collecte de publicité⁶². Néanmoins, il faut noter que des groupes cotés mais sous contrôle familial relatif, tel que TF1, pratiquent également des stratégies

⁵⁹ Cf les statistiques disponibles dans les bases de données Amadeus, citées par Christian Pradié, op. cité.

⁶⁰ Notons que sur le plan mondial, les plus grands groupes sont des groupes à contrôle managérial, mis à part Bertelsmann ou qui tendent vers un contrôle managérial, comme News Corporation.

⁶¹ Cf Philippe Bouquillion, Bernard Miège et Christian Pradié, « Mouvements financiers, changements des stratégies industrielles et mutations des industries culturelles », Rapport de synthèse remis par le GRESEC au Centre National de la Cinématographie, Juin 2002.

⁶² Gillian Doyle, op. cité.

destinées à fausser la concurrence, en particulier lorsqu'ils peuvent opérer sur un marché limité qu'ils dominent, dans cet exemple la télévision commerciale française.

Les seconds avantages sont financiers et sont liés à la forme de contrôle. Les groupes à contrôle managérial ont plus de facilité pour financer leur croissance auprès des marchés financiers. Ces groupes ont pu financer leur croissance externe en s'endettant moins que les autres⁶³. La situation de France Télécom a été maintes fois commentée à cet égard. L'impossibilité de recourir à des augmentations de capital ou à des filialisations, au-delà du seuil qui ferait perdre à l'État le contrôle du groupe, a obligé l'opérateur historique des télécommunications à financer son ambitieuse croissance externe, pour une large part par l'endettement. De surcroît, durant les périodes d'euphorie des marchés boursiers, les effets de taille favorisant la valorisation boursière des groupes à contrôle managérial en forte croissance ont généré une logique d'auto-entretien de leur croissance externe. Un achat, plus aisément financé par échange d'actions grâce à la forte évaluation boursière du groupe, conduisait, grâce à l'augmentation de la taille du groupe, à une nouvelle augmentation de cette dernière, ce qui facilitait la réalisation de nouvelles opérations. Les groupes moins financiarisés ne pouvaient profiter de ces « bonus ».

Les enjeux relatifs aux contenus

Il faut se garder d'inscrire des liens mécaniques entre les phénomènes financiers et les phénomènes éditoriaux. Les industries de la culture et de la communication sont régies par des « lois » spécifiques dont rendent compte notamment les modèles éditoriaux ou de flot de même que les règles de l'économie des réseaux. Les logiques de fonctionnement de ces industries ne peuvent être confondues, ni entre elles, ni avec les modalités à l'œuvre dans d'autres secteurs. À titre d'exemple, la « dialectique du tube et du catalogue » explique certaines spécificités de l'économie éditoriale et en particulier pourquoi le nombre de titres produits est élevé. Les exigences des financiers, nationaux ou étrangers, se heurtent nécessairement à ces réalités. Afin de poursuivre l'analyse des enjeux éditoriaux de la pénétration du capitalisme financier, étranger comme national, au sein de l'actionnariat des groupes de communication, il conviendrait de mieux connaître les relations et les articulations entre les diverses « strates » composant les « groupes ». Bernard Miège a ainsi souligné, suite aux propositions formulées par François Morin, que « la compréhension du capitalisme médiatique gagnerait beaucoup à effectuer une distinction claire entre firmes (Canal Plus International en est une), groupes (par exemple Canal Plus), pôles financiers (Vivendi) et même cœurs financiers »⁶⁴.

⁶³ Cela dit, l'étude sur les principaux groupes mondiaux de communication précédemment citée montre, qu'un très grand nombre d'entre eux, y compris les groupes à contrôle managérial, ont atteint durant les années quatre-vingt-dix un niveau excessivement élevé d'endettement.

⁶⁴ Bernard Miège, Juillet 2000, op. cité.

L'analyse empirique des modes de fonctionnement de certains groupes, comme le secteur éditorial d'Hachette ou celui de Time Warner, montre que les firmes ont conservé, au moins jusqu'à la période récente, une forte autonomie. En somme, il conviendrait de développer des recherches empiriques afin d'examiner comment ces exigences financières prennent corps dans les firmes concernées, en particulier à travers le contrôle financier, et comment elles peuvent interférer avec les tâches et l'organisation éditoriales. Le développement du marketing devrait être examiné de la même manière.

Des conséquences sur les contenus peuvent être néanmoins envisagées. L'accroissement de la propriété étrangère peut avoir des conséquences négatives sur la production nationale de contenus. Les investissements étrangers directs peuvent avoir comme vocation de distribuer et de diffuser des contenus produits à l'étranger. Peuvent être cités les exemples de producteurs de contenus tels que Disney, les distributeurs de films, ainsi que les investisseurs dans les réseaux de télévision câblée et dans la diffusion hertzienne. Si les contenus étrangers présentent une valeur d'usage significative en France, les diffuseurs français peuvent être évidemment incités à les favoriser au détriment des contenus nationaux. Dans ce même objectif, la présence significative d'actionnaires étrangers, en particulier industriels, comme les participations détenues par les groupes français à l'étranger représentent un ensemble d'alliances, qui ne supposent d'ailleurs pas une intégration capitaliste totale. Ces alliances peuvent dessiner un « espace sécurisé » au sein duquel les transactions, notamment entre contenants et contenus, s'effectuent aisément. Dans la mesure où les contenus produits par les « alliés » étrangers sont, du point de vue de leur valeur d'usage, facilement diffusables en France, les groupes français « internationalisés » peuvent être fortement tentés de les favoriser s'ils offrent un rapport coûts/avantages intéressant.

Par ailleurs, les nouvelles règles de « gouvernance » des entreprises, dont l'instauration est en partie liée à l'entrée des acteurs financiers américains, obligent à verser des dividendes importants et réguliers aux actionnaires. De même, comme l'a souligné François Morin, les actionnaires et donc les managers exigent une forte rentabilité financière et donc recherchent un raccourcissement des délais de retour sur investissement. La remontée des recettes vers l'amont de la filière, donc vers la production des contenus, peut en être affectée, au profit d'une stratégie, de court terme, de captation d'une rente. Afin de permettre le succès de ces stratégies, les groupes de communication internationalisés peuvent être conduits à demander la suppression de l'ensemble des dispositifs réglementaires qui encadrent la production de contenus, tels que les quotas d'investissement dans la production et qui, de fait, brident les stratégies industrielles. De même, des revendications de suppression des secteurs publics de la communication doivent alors logiquement se développer. Il est à noter que ces remises en cause des politiques publiques de la part des grands groupes ont commencé de façon nette.

CONCLUSION

Prendre la mesure, comme interpréter les conséquences de la propriété étrangère dans les industries culturelles et de la communication en France s'avère une tâche difficile. L'absence de statistiques calculées dans cette perspective empêche toute quantification, même relative. Le désintérêt, face à cette question, qu'ont éprouvé les responsables politiques, comme les régulateurs, est flagrant. La communauté scientifique s'y est encore insuffisamment intéressée. La présence des capitaux étrangers est pourtant importante. Il serait d'ailleurs intéressant de pouvoir la comparer avec celle que l'on peut constater dans d'autres secteurs économiques. Dans la perspective de la poursuite de ces travaux, il convient de rappeler que la question de la propriété étrangère renvoie à des problématiques plus vastes, qui sont notamment celles de la constitution des groupes de communication, de l'internationalisation de la communication, de la financiarisation, et de la convergence. La méthode de la comparaison internationale semble également devoir s'imposer ; il serait particulièrement pertinent de se placer du côté des groupes industriels étrangers et des fonds institutionnels étrangers, afin de mieux comprendre comment se construisent leurs stratégies en direction des divers secteurs industriels et des divers espaces géographiques et culturels.