

Richard Maroko

« Nous sommes pour une régulation intelligente »

▲ Président depuis six mois de l'ACCeSS (Association des chaînes conventionnées éditrices de services), qui regroupe la majorité des chaînes payantes du câble et satellite, le directeur général de Mediawan Thematics, Richard Maroko, milite pour un assouplissement des obligations qui leur sont imposées. Alors que 51 d'entre elles ont résilié leur convention depuis 2015, ces chaînes thématiques, qui affichaient une perte d'exploitation de 75,6 millions en 2017, ne veulent pas être les oubliées de la prochaine réforme audiovisuelle. Elles réclament la prise en compte de leurs spécificités pour sortir la tête de l'eau face à une concurrence mondialisée.

Qu'attendez-vous de la prochaine loi sur l'audiovisuel ?

Les débats se concentrent sur les acteurs majoritaires du paysage audiovisuels, qui sont au centre des préoccupations du gouvernement. Le secteur de la télévision payante doit pourtant être pris en compte de façon plus précise et différente : c'est un secteur qui représente 13% de part d'audience, soit la troisième chaîne hertzienne de France. Il représente aussi près de 100 millions d'euros consacrés chaque année à la création dans le cinéma ou l'audiovisuel, ainsi que des milliers d'emploi. Un apport qui est donc considérable à l'économie de l'audiovisuel français et qui fait que chaque jour, plus de 14 millions de Français regardent les chaînes thématiques. Or elles sont souvent mal considérées parce que prises individuellement, leur taille est réduite.

La situation actuelle est donc si difficile pour les chaînes payantes ?

Le secteur est globalement défi-

citaire. Il a dû faire face à l'arrivée de deux vagues de chaînes TNT gratuites, venues le concurrencer de façon brutale, dans un contexte où l'audience se fractionne de surcroît entre le digital et la télévision. On se retrouve aujourd'hui avec un paysage de 26 chaînes gratuites qui représentent une véritable concurrence. Ensuite est arrivée la crise financière de 2008, qui a entraîné une baisse importante des revenus publicitaires. Si bien qu'aujourd'hui, la publicité ne représente plus que 20% des recettes des chaînes thématiques payantes, qui dépendent à 80% des redevances payées par nos clients distributeurs. Et les revenus payés par les distributeurs, principalement les FAI, sont en péril puisqu'ils sont payés par des acteurs qui sont eux-mêmes en proie à des difficultés.

La guerre des télécoms est passée par là et les forfaits qui nous rémunèrent sont en baisse : il y a une paupérisation des sommes allouées parce que les prix grand public baissent. Sans oublier une quatrième vague de

difficultés, arrivée l'année dernière, avec la demande de rémunération des chaînes gratuites auprès de ces distributeurs, qui est venue grever la part de financement qui nous est dédiée. Nous estimons à 120 millions d'euros l'argent détourné du secteur payant, sur un chiffre d'affaires global de 1,3 milliard en 2017. Près d'un dixième de notre chiffre d'affaires est ainsi parti en fumée au bénéfice d'acteurs censés être gratuits.

Vous devez également affronter la concurrence croissante des plateformes. Quel est leur impact ?

Il est double. Dans un premier temps, cela prouve que les Français

sont prêts à payer un abonnement pour recevoir un contenu de qualité, ce qui est plutôt en notre faveur.

Par ailleurs, c'est une concurrence incommensurable pour nos chaînes, puisque nous avons affaire à des acteurs qui sont en mesure d'offrir des programmes financés à l'échelle mondiale, alors que nous n'avons que le marché français pour financer les nôtres. Il y a là une asymétrie qui est un défi – qu'il nous faut relever.

Nous sommes en mesure d'affronter cette concurrence très rude, à la condition que nos revenus ne soient pas menacés au point de nous empêcher d'investir dans les programmes inédits et la création, dans des programmes de qualité qui, on le voit, suscitent des abonnements. Le problème n'est donc pas seulement structurel, c'est un problème d'offre. Ensuite, la régulation qui nous est imposée à l'heure actuelle nous empêche de construire des offres suffisamment

créatives et souples pour concurrencer ces plateformes. Quel que soit leur chiffre d'affaires, les chaînes payantes aujourd'hui en France doivent obéir à des règles qui sont les mêmes, peu ou prou, que les éditeurs hertziens nationaux, comme le respect d'un quota de diffusion de 40% de programmes français, extrêmement contraignant.

Vous remettez en cause les quotas qui vous sont imposés ?

Nous ne contestons pas l'utilité de ces quotas pour une chaîne qui a les moyens de les respecter, mais certains acteurs payants n'ont pas la surface économique pour faire face à ces obligations. Pour diffuser 40% de programmes hexagonaux, encore faut-il avoir accès à des programmes français de qualité, lesquels sont en



majorité produits par des grands acteurs nationaux qui ne les mettent pas forcément sur le marché, puisqu'ils les ont financés. On demande aux chaînes payantes de diffuser des programmes qu'elles ne sont pas en mesure d'acheter ou de produire ! Cela signifie que certaines d'entre elles sont obligées d'acheter des programmes plus anciens, qui sont autant de freins à la qualité.

Deuxième écueil, nous sommes des chaînes thématiques pour la plupart, et certaines de ces thématiques ne sont pas adaptées à la diffusion de programmes français ou européens, comme celles consacrées au cinéma fantastique ou au jazz... Ces chaînes ont donc le choix de disparaître ou de se délocaliser. Tout le monde est perdant ! Ce sont autant de budgets qui échappent aux producteurs, comme au paysage français. Dans ce cas, la législation actuelle est à l'évidence obsolète et un frein à la création.

Ne serait-ce pas un mauvais signal donné à l'ensemble des diffuseurs ?

Nous sommes pour une régulation intelligente : ceux qui ont les moyens sont tout à fait en situation de respecter ces règles ; mais n'empêchons pas d'exister les services qui ne peuvent pas, par leur nature, les respecter !

Il faut trouver un système qui fixe des quotas de diffusion et d'investissement raisonnables et qui permette une dérogation à certaines de ces obligations, quitte à les compenser par d'autres, ces dérogations étant négociées avec le CSA.

Nous sommes pour un cadre législatif qui puisse prévoir une part de flexibilité dans le respect de certaines contraintes, mise en œuvre par le CSA. Aujourd'hui, tous les acteurs que nous avons rencontrés comprennent cette nécessité de construire une loi non pas monolithique pour l'ensemble des acteurs, mais adaptée aux spécificités de chacun et suffisamment évolutive pour s'adapter aux mutations technologiques

Propos recueillis par Raphaël Porier

