

Le gouvernement de Silvio Berlusconi limite la publicité sur les chaînes payantes et ravive l'opposition entre Mediaset et SkyItalia

Description

Le chef du gouvernement italien, Silvio Berlusconi, dont la famille contrôle Mediaset, le premier groupe privé de télévision en Italie, est de nouveau critiqué par l'opposition pour conflit d'intérêts. Après avoir relevé de 10 à 20 % le taux de TVA sur les chaînes payantes, le 1^{er} décembre 2008, le gouvernement de Silvio Berlusconi a encore alourdi les contraintes sur ces chaînes en approuvant, le 17 décembre 2009, un projet de décret limitant la durée de la publicité autorisée sur leurs antennes. Transposition d'une directive européenne concernant la publicité sur les chaînes payantes, ce décret pénalise Sky Italia, le service de télévision détenu par News Corp., qui compte à lui seul 90 % des abonnés italiens. Il pourrait en revanche favoriser les chaînes gratuites financées par la publicité en limitant le nombre d'espaces disponibles sur les chaînes payantes, encourageant ainsi un transfert des investissements publicitaires vers les chaînes gratuites, notamment celles appartenant au groupe Mediaset.

Le décret prévoit en effet une limitation progressive du volume horaire de publicité autorisée sur les chaînes payantes qui, de 16 % actuellement, passerait à 14 % en 2011 et 12 % en 2012, s'alignant ainsi sur le volume horaire autorisé pour les chaînes publiques de la RAI. À l'inverse, les chaînes privées en clair conserveraient un volume horaire autorisé de 18 %, ce qui favorise évidemment Mediaset qui, avec Canale 5, Rete 4 et Italia 1, s'arroge déjà 55 % du marché publicitaire audiovisuel italien, devant la RAI avec 28 %, et Sky Italia avec 6 %. Bien que présent dans la télévision payante avec Mediaset Premium, le groupe de Silvio Berlusconi serait donc avantagé par cette disposition réglementaire qui lui permettra de renforcer sa position de premier pourvoyeur d'écrans auprès des annonceurs.

La majorité parlementaire a relancé la polémique en adoptant un décret qui oblige les éditeurs de services en ligne diffusant régulièrement des contenus audiovisuels, à partir du 27 janvier 2010, à demander au préalable une autorisation au ministère des communications. L'opposition a de nouveau dénoncé un conflit d'intérêts pour Silvio Berlusconi (voir *infra*), ce nouveau décret, transposition stricte de la directive européenne sur les services de médias audiovisuels, dite SMA, retardant, voire limitant, le développement de la vidéo en ligne en Italie, et préservant en retour le marché des chaînes traditionnelles.

Sources :

- « Nouvelles règles publicitaires pour les télévisions italiennes », Guillaume Delacroix, *Les Echos*, 21 décembre 2009.
- « Guerre Berlusconi – Murdoch dans la télévision payante », Guy Dutheil, *Le Monde*, 23

de?cembre 2009.

- « En Italie, pole?mique sur la restriction des vide?os sur le Web », Daniel Psenny, *Le Monde*, 22 janvier 2010.

Categorie

1. Economie
2. Un trimestre en Europe

date créée

21 décembre 2009

Auteur

alexandrejoux