
Public Support for the Media : A Six-Country Overview of Direct and Indirect Subsidies

Description

Cette étude examine les caractéristiques, les divergences et les similitudes des aides publiques dont bénéficient les médias de six démocraties, la Finlande, la France, le Royaume-Uni, l'Allemagne, l'Italie et les Etats-Unis. Malgré des systèmes et des approches politiques différentes, ces six pays se retrouvent sur un trait commun : les mécanismes d'aides publiques aux médias sont restés fondamentalement inchangés depuis des décennies. Dans tous les pays développés démocratiques, les gouvernements ont pris des mesures pour soutenir les médias afin de s'assurer de leur contribution à la vie civique et politique. Or les principales formes de ce soutien public demeurent immuables depuis plus de trente ans et grandement favorables aux seuls médias qui en bénéficient de l'origine. Considérant les seuls secteurs de la télévision et de la presse écrite, à l'exclusion du cinéma (voir *infra*), l'étude prend donc en compte, d'une part, la redevance pour les cinq pays européens choisis ainsi que les dotations fédérales et d'Etat aux Etats-Unis versées au secteur public de l'audiovisuel et, d'autre part, les aides directes ou indirectes attribuées à la presse écrite. Dans tous les cas, les aides indirectes (taux de TVA réduit et tarifs postaux préférentiels) sont quantitativement plus importantes que les aides directes que seules proposent la France, la Finlande et l'Italie. En France comme en Finlande, ces aides directes sont réservées à la presse écrite alors qu'en Italie, elles concernent également les télévisions locales. Aux Etats-Unis, le montant des aides indirectes accordées aux entreprises privées est plus important que celui des dotations du secteur public de l'audiovisuel. Aucun des six pays étudiés n'a mis en place un mécanisme d'aides pour les médias en ligne, à l'exception de la France, quoiqu'avec des moyens très limités.

Les six pays sont classés selon trois modes en fonction des systèmes d'aides mis en place. La Finlande, l'Allemagne et le Royaume-Uni appartiennent au « mode dual », associant un fort niveau de redevance pour le secteur public et un montant important d'aides pour la presse écrite. En rapportant ces montants à la population, ces trois pays se trouvent avoir le plus fort niveau d'aides publiques par habitant : la Finlande en tête avec 130,60 euros annuels par habitant, suivie de l'Allemagne avec 94,90 euros et du Royaume-Uni avec 80,40 euros.

La France et l'Italie constituent un deuxième mode dit « mixte », associant un niveau moyen de redevance à une combinaison d'aides indirectes et directes pour les médias privés. Contrairement aux idées reçues qui désignent ces pays comme ayant les systèmes de subventions les plus généreux, la France et l'Italie se situent dans ce domaine en deçà des trois autres pays européens étudiés, avec respectivement un montant d'aides publiques par tête de 68,50 euros et 43,20 euros. Tandis que les Etats-

Unis représentent un cas isolé, figure du troisième mode baptisé « mode minimaliste », relevant à la fois d'un faible niveau de soutien financier au secteur public et d'un faible niveau d'aides indirectes aux entreprises de presse. Les Etats-Unis, où le secteur privé des médias d'information a procédé à des licenciements massifs au sein des rédactions (voir *REM* n°6-7, p.32), appliquent le système de loin le moins étendu d'aides publiques avec 5,20 euros *per capita*. Pourtant le gouvernement fédéral américain est historiquement un pionnier dans le domaine des aides directes et indirectes afin de soutenir le secteur privé des médias.

Les aides publiques aux médias (2008)

Image not found or type unknown

Alors même que le secteur des médias est en pleine évolution et que les individus se tournent de plus en plus vers de nouvelles plates-formes d'information, l'efficacité des aides d'Etat décline. Les politiques publiques en faveur des médias doivent être repensées, ainsi que la manière dont les gouvernements peuvent apporter leur soutien aux entreprises privées de médias qui fournissent les biens considérés comme « publics » que sont le journalisme responsable et les débats publics qui fondent la démocratie.

***Public Support for the Media : A Six-Country Overview of Direct and Indirect Subsidies*, Rasmus Kleis Nielsen with Geert Linnebank, Reuters Institute for the Study of Journalism, University of Oxford, 36 p., reutersinstitute.politics.ox.ac.uk, August 2011**

Categorie

1. A lire en ligne
2. Repères & tendances

date créée

22 septembre 2011

Auteur

françoise