

L'opération Auvergne

Une expérience de vidéo-transmission - Ses avantages - Sera-t-elle au service du privé ?

« L'opération Auvergne » rendue possible par une dérogation gouvernementale provisoire à la loi sur le monopole national de la diffusion a permis d'équiper sept salles de cinéma : 3 à Clermont-Ferrand, une à Issoire, une à Thiers, une à Riom et une à Vichy, outre le Centre hospitalier universitaire, la caserne, la mairie et la préfecture. Plus de 10 millions de francs ont été débloqués par la DATAR pour l'expérience, dans le cadre du désenclavement de la région sous la responsabilité du premier ministre.

Les séances sont payantes par loca-

tion des salles par des groupes (médecins, avocats, artisans), soit individuellement au prix de 20 F l'entrée.

Etre dans le stade

Quant, pour la seconde fois, à Düsseldorf la balle du Moenchengladbach trompant le gardien entra dans les buts de Kiev, le cri des spectateurs présents dans le stade fut couvert au Capitole de Clermont-Ferrand par celui de ceux qui avaient choisi de venir voir le match en vidéo-transmission

publique, sur grand écran, en couleur et, pour la deuxième mi-temps, sans commentaire.

« L'atmosphère du match est plus fidèlement rendue qu'à la télévision », expliquaient les fervents du foot. « On a l'impression d'être dans le stade. »

Le procédé est un dérivé de la télévision. Prise de vues et transmission des images et des sons utilisent les moyens de la télévision nationale : Société Française de Production (SFP) et Télé-Diffusion de France (TDF, première chaîne couleur), le réseau hertzien de la direction générale des télécommunications qui double le réseau câblé du téléphone. Toute la vidéo-transmission prétend rentabiliser ces réseaux existants dans le cadre du service public.

La nouveauté réside dans la projection sur grand écran (au lieu de la réception sur téléviseur) grâce à un vidéoprojecteur.

Si, en matière de manifestation sportive ou de formation professionnelle (émission médicale ou militaire), la vidéo-transmission a pu faire ses preuves en Auvergne, ce n'est qu'une pâle idée des possibilités offertes par ce nouveau moyen de communication de groupe qui aura été donnée.

Cinéma au rabais

En effet, au-delà de la fiabilité du procédé, c'est sa rentabilité que l'opération visait à établir sous la houlette de M. Edeline, P.D.-G. de la S.F.P. et dirigeant de l'U.G.C.

D'où une recherche de marchés plus qu'un inventaire dans une région donnée des possibilités d'application.

C'est ainsi qu'on a équipé l'armée et pas un établissement de l'Education nationale. De même, si les programmes ont pris en compte les préoccupations des médecins, avocats, artisans (lesquels furent d'ailleurs déçus), les 27.000 travailleurs de Michelin ont été laissés de côté.

Le cinéma serait le pôle financier de l'opération.

Une diffusion sur 500 salles à 200 entrées à 20 F rapporterait 2 milliards anciens. Un film serait largement amorti en une soirée. On voit donc tout le parti que pourraient tirer les géants du cinéma, et notamment l'U.G.C., d'une telle utilisation des infrastructures publiques.

Mais le produit ainsi vendu aurait peu de chose à voir avec un film tant l'agrandissement sur grand écran d'une image de télé-cinéma trahit la qualité de l'image cinématographique initiale.

Le produit qui serait ainsi vendu serait un sous-produit du cinéma. La vidéo-transmission servirait à diffuser à des milliers d'exemplaires une sous-culture cinématographique.

L'affaire serait d'autant plus « juteuse » pour les intérêts financiers que la diffusion ne coûte rien : 50 à

70 francs de l'heure. Les infrastructures (émetteurs, relais, etc.) sont payées par le contribuable.

Le seul investissement à réaliser concerne l'équipement des salles en matériel de vidéo-projection. A une amélioration près de la puissance des projecteurs, la société américaine General Electric est la mieux placée actuellement pour emporter le marché considérable qu'ouvrirait un feu vert du gouvernement pour 1.000 salles à 30 millions anciens chacune. L'affaire est d'une telle importance pour le monopole U.S. qu'un de ses représentants suit l'opération jour après jour sur le terrain !

Une chaîne privée

L'enjeu financier rejoint à terme les préoccupations politiques du pouvoir sous les auspices de la quatrième chaîne privée de télévision, toile de fond de l'« Opération Auvergne ».

Pour pouvoir vendre des émissions T.V. il faut pouvoir interdire la réception à ceux qui n'ont pas payé. C'est désormais possible. Les émissions de « l'opération Auvergne » étaient cryptées. Un téléviseur ordinaire captant l'émission ne reçoit qu'une image brouillée. Pour avoir une image et le son il est nécessaire d'adapter au téléviseur un appareil de la taille d'une boîte d'allumettes : un décodeur qui comporte une fiche en forme de peigne, véritable clé électronique autorisant 35.000 combinaisons différentes et par conséquent autant de programmes vendables.

Au-delà de la vidéo-transmission publique dont il faut souligner l'intérêt, le véritable objectif de l'opération Auvergne est de démontrer qu'en France grâce à l'infrastructure existante une télévision privée est possible à court terme.

On imagine l'usage qui pourrait être fait d'une telle chaîne hors contrôle gouvernemental, dans l'hypothèse de la mise en œuvre du Programme commun de gouvernement.

Démocratie

En aucun cas les développements technologiques dans le domaine de l'audio-visuel ne doivent donner lieu à la privatisation.

Bien au contraire, ce n'est que dans le cadre de la démocratisation du monopole et dans la fin de la mainmise du pouvoir sur les ondes que les techniques nouvelles telles que la vidéo-transmission pourront être développées et intégrées à la vie nationale.

Dans ce domaine comme dans les autres, la démocratie est la clé de tout progrès.

JEAN-FRANÇOIS DANIEL.