

**Université des Sciences Sociales
Toulouse 1**

année universitaire 2000 / 2001

DEA de droit économique et de la communication

Matière : droit international économique

La multinationalisation des médias : des enjeux et des risques

Mémoire présenté par Monsieur Martin BOVO, sous la direction de Monsieur

HAMDOUNI, maître de conférences à l' Université des Sciences Sociales de Toulouse.

Table des matières

Introduction. (p6)

Première partie : La multinationalisation des médias. (p9)

Chapitre 1 : Les origines du phénomène. (p10)

Section 1 : Le XIX ème siècle ou la naissance de l'industrie de l'information. (p10)

A / Les agents de l'industrie de l'information. (p10)

B / L'information stratégique. (p11)

Section 2 : Le XX ème siècle, de la gestion de l'opinion de masse à la fin des monopôles étatiques. (p12)

A / L'emprise de la propagande. (p12)

1 / La gestion de l'opinion de masse. (p12)

2 / L'internationalisation des ondes. (p13)

B / La fin des monopôles étatiques. (p15)

1 / La situation européenne. (p15)

2 / L'exemple français. (p15)

Chapitre 2 : Approche du mouvement de multinationalisation actuel. (p17)

Section 1 : Définition et ampleur du phénomène. (p17)

A / La firme multinationale. (p17)

1 / Définition. (p18)

2 / La notion de contrôle. (p18)

B / La mesure du phénomène de multinationalisation. (p20)

1 / Les investissements directs à l'étranger. (p20)

2 / Le dénombrement des maisons mères et de leurs filiales. (p21)

C / La diversité de la multinationalisation. (p23)

1 / La croissance des services. (p23)

2 / Le développement des alliances internationales. (p25)

Section 2 : Déterminant et modalité de la multinationalisation. (p25)

A / Les déterminants de la multinationalisation. (p26)

1 / Concurrence oligopolistique et multinationalisation. (p26)

2 / Multinationalisation et stratégies des firmes. (27)

B / Les modalités de la multinationalisation. (27)

1 / La détention du capital. (27)

2 / Les autres moyens de contrôle.(p28)

Deuxième partie : Les enjeux et les risques relatifs au contrôle des médias et de l'information par les multinationales. (p29)

Chapitre 1 des enjeux économiques pour les multinationales. (p30)

Section 1 : Les multinationales ; premiers employeurs du secteur de la communication. (p31)

A / Chiffre d'affaires. (p32)

B / Les effectifs. (p32)

C / Internationalisation des échanges et des capitaux. (p33)

Section 2 : Les multinationales ; premières clientes du secteur de la communication. (p34)

A / Les investissements publicitaires des multinationales dans les médias. (p35)

1 / Des investissements limités. (p36)

2 / Des investissements sélectifs. (p37)

3 / Des investissements irréguliers. (p38)

B / Les conséquences des investissements publicitaires. (p38)

1 / Un nouveau mouvement de concentration. (p39)

2 / Un nouvel objectif de rentabilité. (p39)

Chapitre 2 : Des risques juridico-politiques. (p41)

Section 1 : La maîtrise du contenu de l'information et l'emprise sur le pouvoir politique. (p41)

A / L'influence des firmes propriétaires sur le contenu des médias. (p42)

- 1 / L'influence « externe ». (p42)
- 2 / L'influence « interne ». (p42)

B / Le pouvoir politique et les médias. (p43)

- 1 / Des répercussions sur l'économie des médias. (p43)
- 2 / Des répercussions sur l'économie en dans son ensemble. (p44)

Section 2 : La multinationalisation des médias et les fondements du droit de l'information. (p45)

A / Les fondements démocratiques garantissant l'activité des médias. (P46)

- 1 / Les fondements nationaux. (p46)
- 2 / Les fondements internationaux. (p48)

B / La remise en cause du principe de pluralité des médias. (p52)

- 1 / Les limites à la concentration imposées par les Etats. (p52)
- 2 / Les limites à la concentration imposées par l'Union Européenne. (p55)

Conclusion. (p57)

Annexes. (p59)

Bibliographie. (p66)