

# CULTURE, COMMERCCE ET NUMÉRIQUE EN 2016

Rétrospective des chroniques et analyses d'une année de transitions



Destiny TCHÉHOUALI

préfacé par : Gilbert Gagné

ORGANISATION  
INTERNATIONALE DE  
la francophonie



Depuis 2006, sous l'égide de l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF) et réalisé par le Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation (CEIM) de l'Université du Québec à Montréal (UQAM), le bulletin mensuel *Culture, commerce et numérique* suit de près l'actualité et l'évolution des relations entre, d'une part, les négociations et les accords en matière de commerce et, d'autre part, les biens et services (ou produits) culturels et les politiques culturelles mises en place par les pouvoirs publics afin d'assurer la vivacité des cultures et des identités nationales à l'ère de la mondialisation.

Diffusé à l'origine sous le titre *Accords bilatéraux et diversité culturelle*, le bulletin en 2013 a ajouté la dimension numérique à son titre afin de refléter l'importance sans cesse grandissante de la révolution numérique dans le paysage des accords commerciaux et des politiques culturelles. La trilogie «culture, commerce et numérique» n'a, du reste, pas manqué d'ajouter au caractère déjà complexe et problématique de l'interface culture-commerce. En fait, il est plus juste de parler aujourd'hui des rapports 1) culture-commerce, 2) culture-numérique, 3) commerce-numérique, qui, tous trois, constituent les interfaces entre culture, commerce et numérique.

Ce sont d'ailleurs les liens entre ces dimensions, avec leurs multiples ramifications, qui ont amené Destiny Tchéhouali, rédacteur du bulletin depuis deux ans, à réaliser une rétrospective des principaux articles parus au cours de 2016 afin de mieux faire ressortir la teneur et l'actualité des rapports entre la culture, le commerce et le numérique.

Je souhaite, en terminant, bonne lecture à nos lecteurs et lectrices pour qui la mondialisation économique et la révolution numérique ne sauraient s'opérer aux dépens de la diversité des expressions culturelles.

Gilbert Gagné  
Directeur scientifique  
Bulletin Culture, commerce et numérique

# AVANT-PROPOS INTRODUCTIF

Ce document constitue un recueil d'articles extraits du bulletin d'information *Culture, Commerce et Numérique*. Il s'agit d'une rétrospective des faits et sujets d'actualité les plus marquants de l'année 2016, portant sur la négociation des accords commerciaux internationaux intégrant des enjeux culturels et numériques et sur les transformations des industries culturelles et l'évolution des politiques culturelles à l'ère numérique. Les articles sélectionnés et compilés ici illustrent bien le fait que 2016 aura été une année de transitions et de reconfigurations des relations entre culture, commerce et numérique :

Sur le plan des négociations commerciales (Partie I), nous avons pu assister en 2016 à la remise en cause de certains principes et de certains acquis, notamment en ce qui concerne les exemptions culturelles et la préservation de la diversité des expressions culturelles dans un contexte d'accélération des échanges mondiaux de biens et services culturels via le commerce électronique. Les partenariats transatlantiques ont fait l'objet de nombreuses tensions et divergences des parties prenantes sur des questions importantes telles que l'accès au marché, la convergence réglementaire, le règlement des différends entre investisseurs et États, le respect de la propriété intellectuelle, la protection des données personnelles,...

En ce qui concerne les industries culturelles, elles ont dû subir les transformations imposées par les nouveaux outils et plateformes de diffusion et de distribution numérique de produits culturels (Partie II). Bien que constituant des moteurs de la nouvelle économie numérique culturelle, les secteurs de la musique, du cinéma et de l'audiovisuel ont été particulièrement ébranlés par les changements radicaux des habitudes de consommation culturelle, ainsi que par des controverses autour de la question du droit d'auteur et de la juste rémunération des artistes et créateurs. 2016 a notamment été marquée par une forte fluctuation des marchés culturels, due à des effets liés à la surabondance et la concentration de l'offre numérique, à l'irruption de nouveaux intermédiaires, au bouleversement des modèles d'affaires traditionnels et à la concurrence accrue entre produits culturels numériques et produits physiques. En 2016, les différents secteurs des industries culturelles n'ont donc pas eu de choix que de chercher à s'adapter à l'environnement numérique et de répondre aux nouveaux besoins des consommateurs, en misant par exemple sur des marchés de niche, comme ceux des contenus locaux ou en offrant des expériences interactives plus enrichissantes pour les utilisateurs.

2016 a également constitué une année charnière tant pour les politiques culturelles au niveau national que pour la coopération internationale en matière de promotion et de protection de la diversité des expressions culturelles (Partie III). En effet, cette année fut riche de consultations et de mobilisation collective visant à proposer des solutions aux défis d'adaptation et de renouvellement des politiques culturelles à l'ère du numérique. La capacité des États à réguler et à mener des réformes législatives (taxes, quotas, ...) est notamment interpellée, d'une part, pour faire contribuer au financement de la création les acteurs du numérique (plateformes de diffusion numérique, fournisseurs d'accès Internet) qui tirent le plus profit de l'exploitation en ligne des œuvres et, d'autre part, pour obliger ces acteurs (en particulier les plateformes) à favoriser plus de diversité des expressions culturelles en promouvant et en rendant plus visibles ou découvrables en ligne les contenus locaux et les expressions culturelles minoritaires nationales.

# Partie I

## Négociations commerciales et exemptions culturelles à l'ère du numérique

## Les négociations transatlantiques et les principales questions non résolues en matière d'échanges de biens et services culturels à l'ère numérique

Les accords commerciaux préférentiels ces derniers temps en cours de négociation de part et d'autre de l'Atlantique, notamment ceux entre l'Union européenne et des partenaires tiers tels que le Canada et les États-Unis, font l'objet de nombreuses controverses du point de vue de la nature et de la réciprocité des différents engagements et de l'équilibre du partenariat commercial entre les parties prenantes. Les clivages semblent moins liés à la question classique de la réduction ou de la suppression des barrières commerciales (techniques et réglementaires) qu'à de nouveaux enjeux tels que l'accès aux marchés publics, le respect de la souveraineté démocratique des États par rapport aux investisseurs privés (en particulier les puissantes multinationales), l'exception culturelle et la préservation de la diversité culturelle ainsi que la prise en compte des répercussions du numérique sur les échanges mondiaux de biens et services.

De nombreuses questions demeurent ainsi non résolues dans les nouveaux partenariats transatlantiques, en particulier les problématiques faisant actuellement l'objet de réformes réglementaires tant au niveau de l'Union européenne qu'en Amérique du Nord, et qui concernent notamment le traitement des biens et services culturels transitant via le numérique (commerce électronique des produits culturels numériques), la protection des données à caractère personnel, le droit d'auteur, la régulation du marché des télécommunications à travers la coopération entre les autorités de régulation (convergence réglementaire) et les relations entre opérateurs et fournisseurs de contenus (neutralité du net). L'analyse proposée ici porte essentiellement sur : 1) l'Accord économique et commercial global (AECG) ou CETA pour *Comprehensive Economic and Trade Agreement* ; 2) le Partenariat transatlantique de commerce et d'investissement (TTIP) pour *Transatlantic Trade and Investment Partnership* ; et 3) l'Accord sur le commerce des services (ACS) ou TiSA pour *Trade in Services Agreement*.

### **L'Accord euro-canadien, un accord équilibré obtenu sur fond de tensions : Retour sur quelques raccourcis des négociations**

Dans le cas de l'AECG, bien que les sept dernières années de pourparlers entre l'Union européenne (UE) et le Canada aient finalement débouché le 30 octobre dernier sur la signature du traité et que cet accord soit considéré par ses signataires comme un accord équilibré<sup>1</sup> et comme un modèle à suivre pour les autres accords toujours en négociation (comme le TTIP), cet accord comporte quelques imperfections sur le plan de la protection et du respect de la diversité des expressions culturelles dans l'environnement numérique, de telle sorte que ni l'Europe, ni le Canada ne sont vraiment gagnants sur ce plan. En effet, pour ce qui concerne l'UE, seul le secteur audiovisuel a été exclu des négociations de ce traité, qui ne préserve donc pas l'ensemble des secteurs culturels. Le Canada, pour sa part, a tenu à exclure l'ensemble des industries culturelles. Cependant, les exemptions culturelles prévues par l'AECG ne portent que sur des chapitres particuliers (subventions, services et investissement, marchés publics, réglementation intérieure,...) et non sur l'ensemble de l'Accord. Le fait qu'il n'y ait pas d'exemptions dans le chapitre 3 sur le traitement national et l'accès au marché pour les produits laisse le secteur du livre sans protection dans le cadre de cet accord<sup>2</sup>.

---

1 « L'AECG est un accord équilibré qui rétablira des conditions de concurrence égales pour les opérateurs européens au Canada par rapport aux partenaires de celui-ci qui sont signataires de l'ALENA (Accord de libre-échange nord-américain), lesquels bénéficient d'un traitement préférentiel au Canada depuis 1994. L'AECG va même plus loin, par exemple pour ce qui est de l'accès au marché des services, et notamment aux marchés publics, où l'ouverture aux soumissionnaires européens est sans précédent. Les concessions en matière d'indications géographiques, de brevets ou d'accès au marché des navires et de certains services maritimes n'avaient jamais été faites auparavant à l'égard d'un partenaire commercial par le Canada. »  
[http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2015/february/tradoc\\_153082.pdf](http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2015/february/tradoc_153082.pdf)

2 En ce qui touche le Canada, des règles prévoient que certains libraires doivent passer leurs commandes auprès d'éditeurs québécois.

Par ailleurs, le chapitre sur le commerce électronique, qui prévoit dans l'une de ses dispositions l'application des règles de l'OMC au commerce électronique laisse la possibilité de contourner les principes de l'exception culturelle en élargissant la portée de l'Accord aux biens et services culturels susceptibles d'être échangés ou transmis par voie électronique; c'est-à-dire à la quasi-totalité des biens et services culturels.

Résultat des négociations : En dehors de l'audiovisuel, l'UE n'a pas explicitement protégé le reste de son secteur culturel, notamment le livre et la presse. Quant au Canada, bien qu'il s'agisse de la première fois qu'un accord de commerce canadien fasse référence à la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de l'UNESCO, le Canada n'a réussi à garantir qu'une protection partielle à ses industries culturelles dans l'AECG en adoptant l'approche chapitre par chapitre.

Soulignons que cela constitue en quelque sorte une régression par rapport à la tradition de ce pays qui a toujours exigé et obtenu l'exemption totale et la plus large que possible de la culture dans le cadre de ses accords commerciaux antérieurs tels que l'ALENA, mais qui cette fois-ci a dû céder devant les pressions commerciales de l'UE. On note également que si les articles 8-9<sup>3</sup> et 8-9-2 de l'accord affirment le droit des États à réglementer et écartent un certain nombre de secteurs (protection de la santé publique, de l'environnement, sécurité, moralité publique, protection sociale ou des consommateurs, promotion et protection de la diversité culturelle) du champ des plaintes des investisseurs devant la cour pour des motifs de « violation du traitement juste et équitable » ou du droit à ne pas être exproprié, il y a toujours la possibilité que les États soient attaqués par des multinationales pour des motifs d'entraves aux principes du traitement national ou de la nation la plus favorisée, y compris dans les secteurs culturels.

En outre, la reconnaissance du droit des États à réguler est sujette à des limites, car soumise à un « test de nécessité » qui laisse à des arbitres le soin de déterminer le caractère légitime et nécessaire des mesures prises ou à prendre pour atteindre, par exemple, un objectif de politique publique en matière de promotion ou de protection de la diversité des expressions culturelles. Les arbitres peuvent même exiger un dédommagement public en faveur d'investisseurs privés et obliger ainsi des États à payer des amendes exorbitantes en compensations pour des décisions qui limiteraient les bénéfices et profits potentiels d'investisseurs, surtout si les arbitres estiment par exemple qu'il y a des mesures, certes légitimes, mais qui sont « manifestement excessives » (Chapitre 8, Annexe A, Point 3) et qui peuvent être considérées comme de l'expropriation indirecte. Étant donné que les multinationales du secteur du numérique qui interviennent dans le domaine des échanges de services et biens culturels et audiovisuels sont pour la plupart des firmes américaines, l'AECG est alors considéré par certains comme un cheval de Troie via lequel ces firmes américaines présentes en masse au Canada via leurs filiales pourraient attaquer les réglementations européennes qu'elles jugeraient défavorables. Les tribunaux d'arbitrage privés demeurent ainsi un sujet de crispation<sup>4</sup> et également la plus grosse préoccupation des opposants à l'AECG qui estiment que ce mécanisme pourrait entraîner une perte de souveraineté pour les États. Ceux-ci pourraient en effet être obligés de payer s'ils veulent réguler ou protéger certains secteurs comme la culture. Soulignons, toutefois, que ces craintes sont loin d'être partagées par tous les analystes et qu'elles semblent peu fondées pour plusieurs d'entre eux.

---

*Pierre--Marc Johnson expliquait que cette règle contrevient à l'OMC et va aussi contrevenir aux règles de l'accord de libre--échange entre le Canada et l'Union européenne. Malgré tout, l'Association nationale des éditeurs de livres (ANEL) affirme que cette contrainte est peu importante dans leurs activités.*

*Source : <http://ici.radio-canada.ca/nouvelles/Economie/2016/10/31/003-aecg-ceta-libre-echange-accord-entente-europe-ue-canada-trudeau-magnette.shtml>*

*3 « Pour l'application du présent chapitre, les Parties réaffirment leur droit de réglementer sur leurs territoires en vue de réaliser des objectifs légitimes en matière de politique, tels que la protection de la santé publique, de la sécurité, de l'environnement ou de la moralité publique, la protection sociale ou des consommateurs, ou la promotion et la protection de la diversité culturelle. » (Chapitre 8, Article 9).*

*4 Les chapitres sur l'investissement et la création d'un nouveau système de règlement des litiges entre investisseurs et États ne seront mis en œuvre que dans une seconde étape, après la ratification par les parlements de tous les États membres de l'UE. Cette deuxième phase de la procédure pourrait remettre en cause le traité commercial.*

## **L'Accord euro-étatsunien : Des débats en suspens dans un contexte de contestations générales**

En ce qui concerne le TTIP en cours de négociation entre l'UE et les États-Unis, l'exception culturelle s'est d'emblée révélée une pomme de discorde. En effet, si l'Europe a réussi à imposer l'exclusion du secteur audiovisuel des négociations, les États-Unis tentent toujours de contourner cette exclusion en incluant les produits audiovisuels dans le cadre du chapitre sur le commerce électronique à travers des dispositions relatives aux services audiovisuels numériques (musique ou vidéo en ligne notamment) qu'ils distinguent des services audiovisuels «classiques».

Il y a ici un véritable enjeu de définition et de classification qui doit tenir compte aussi bien de la convergence des services de télécommunications et d'audiovisuel que de la convergence de la production de contenu audiovisuel et sa transmission par Internet ou via des supports de diffusion numériques. Le milieu du cinéma européen est ainsi préoccupé pour l'avenir de la production et de la circulation des films européens, notamment dans un contexte de montée en puissance et de concurrence accrue des plateformes américaines de vidéo à la demande qui ne valorisent pas assez les œuvres européennes et ne contribuent pas au financement de la production.

Dans le même temps, l'industrie américaine du film (la *Motion Picture Association of America* ou *MPAA*), soutenue par des groupes de lobbying européens tels que *BusinessEurope*, milite pour que les quotas européens de contenu et les mécanismes de soutien aux industries locales du cinéma (par exemple, en Pologne, France, Espagne et Italie) soient supprimés puisque ces mesures vont à l'encontre des intérêts des exportateurs et des capacités de distribution des studios hollywoodiens qui dominent les marchés mondiaux du film.

Par ailleurs, les professionnels du secteur du livre en Europe s'inquiètent non seulement pour les subventions de leur secteur, mais également pour les politiques de prix unique du livre ou de droit de prêt qui pourraient être remises en cause. Cet accord questionne également la régulation du marché du livre numérique avec la part de plus en plus croissante des opérateurs en ligne comme le géant américain du commerce électronique Amazon, dont la concurrence affaiblit les petites librairies indépendantes européennes. Soulignons, à ce chapitre, que dans tous les accords commerciaux préférentiels conclus par les États-Unis les subventions sont exclues et que celles-ci ne sont pas soumises aux principes du traitement national et de la nation la plus favorisée.

En ce qui concerne la protection des données personnelles, la Coalition du commerce numérique (*Digital Trade Coalition*), qui regroupe des industriels de l'informatique et des hautes technologies, presse également les négociateurs de lever les barrières empêchant le libre transfert des flux de données personnelles de l'Europe vers les États-Unis. Le principal enjeu ici est que l'UE constitue un gigantesque marché de données personnelles pour les entreprises américaines qui ont pratiquement l'exclusivité de la collecte, du stockage, du traitement et de l'utilisation de ces données. Les discussions entre les deux parties à ce sujet sont très vives étant donné que l'Europe a une vision de la vie privée beaucoup plus exigeante que les États-Unis et que les législations diffèrent entre ces deux régions du monde.

Les Européens insistent notamment sur le fait de permettre aux utilisateurs de pouvoir contrôler leurs données personnelles et d'être informés sur l'utilisation qui en est faite. Pendant que se poursuivaient les négociations sur ce sujet, des affaires judiciaires ont dû conduire à une annulation de l'ancien accord de protection des données (le « Safe Harbor ») pour un nouveau dispositif spécifique (le « Privacy Shield ») censé être plus fort avec de nouvelles règles. Sur ce point, les États-Unis considèrent que les négociations liées aux intérêts cruciaux de l'UE sur les télécommunications pourraient s'accélérer si les discussions sur les flux de données et les installations informatiques avançaient plus rapidement parce que les opérateurs télécoms américains restent très intéressés par les transferts de données.

Sur la propriété intellectuelle, il n'y a toujours pas d'accord puisque les États-Unis refusent pour le moment de mettre sur la table des « propositions concrètes » visant la protection de la propriété intellectuelle, en particulier les brevets, les DRM (digital rights management - ou « gestion des droits numériques ») sur les produits numériques et les mesures de rétorsion en cas de non-respect de la propriété intellectuelle.

Ce qui rend le TTIP particulièrement complexe au regard des autres traités transatlantiques, c'est qu'il y a un mélange de conflits d'intérêt et de collusions (ententes illicites et secrètes) entre les multinationales, les lobbies industriels et les négociateurs<sup>5</sup>.

Compte tenu des positions divergentes des parties prenantes sur un certain nombre d'aspects du traité, les négociations amorcées depuis juillet 2013 piétinent actuellement. Outre les difficultés de pouvoir s'entendre sur des questions telles que l'exception culturelle appliquée au secteur audiovisuel, le commerce électronique, la protection de l'investissement, les règles liées au droit de la concurrence dans les services, les services de télécommunications ou encore la propriété intellectuelle, les discussions qui ralentissent principalement les négociations sont d'ordre structurel. Elles portent sur l'asymétrie juridique entre l'UE (qui pourrait engager totalement l'ensemble de ses pays membres) et les États-Unis qui pourraient ne s'engager que très partiellement (puisque'il s'agit d'un état fédéral qui malgré sa souveraineté laisse à chacun de ses cinquante États fédérés une grande autonomie juridique<sup>6</sup>).

On note également un déséquilibre en ce qui concerne l'ouverture réelle des marchés publics, un problème de réciprocité d'accès au marché qui interpelle les négociateurs européens. En effet, les marchés publics américains ne sont ouverts qu'à 47 %, alors que les marchés publics européens le sont à 90 %. Les États fédérés demeurent très réticents à l'ouverture des marchés publics aux entreprises européennes, notamment dans des secteurs tels que les infrastructures et les télécommunications. La garantie que les Européens puissent obtenir des contreparties ne change pas le fait que des textes comme le *Buy American Act* et la répartition des compétences entre l'État fédéral et les États fédérés protègent largement les intérêts américains.

Dans un contexte où les dirigeants européens et américains cherchent à constituer un bloc économique occidental comme le meilleur rempart contre le spectre de l'hégémonie chinoise, il semble que le TTIP n'apporte pas pour le moment à l'UE toutes les garanties en matière de préservation de sa capacité à réglementer et à protéger efficacement ses industries, ses marchés et services (incluant les services et domaines relevant de l'intérêt public) face à l'offensive commerciale des multinationales américaines et à la portée des engagements de libéralisation exigés par les États-Unis.

### ***L'ACS: Le doute et l'impasse à un tournant crucial des négociations...***

L'Accord sur le commerce des services (ACS), mieux connu sous son acronyme anglais TiSA (*Trade in Services Agreement*), est un troisième grand accord en négociation, qui fait également l'objet de contestations de la part de la société civile et de citoyens des pays engagés dans les négociations de cet accord plurilatéral (une cinquantaine de pays incluant l'UE et 22 autres pays de l'OMC représentant au total plus de 70% du commerce mondial des services). L'Accord vise spécifiquement à ouvrir davantage les services à la concurrence internationale en limitant l'intervention publique uniquement aux domaines de l'audiovisuel et des services régaliens (police, justice, défense) qui sont exclus par le mandat de négociation de la Commission européenne.

---

<sup>5</sup> Voir à ce sujet le rapport de Thomas Fritz, *La grande offensive sur les services publics : TAFTA, CETA et la collusion secrète entre lobbies industriels et négociateurs*, octobre 2015, 52p. Ce rapport montre l'agressivité des demandes des entreprises de services concernant le TAFTA (TTIP) et le CETA, lesquelles poussent pour une ouverture extrême des marchés dans des secteurs tels que la santé, la culture, les services postaux ou l'eau, qui leur permettrait de s'insérer sur les marchés et d'y asseoir leur domination.  
<https://corporateeurope.org/sites/default/files/attachments/grande-offensive-services-publics.pdf>

<sup>6</sup> À titre d'exemple, le nombre d'États fédérés ayant mis en œuvre des traités ratifiés par le Congrès américain au cours des dernières années est assez faible et même décroissant.

La portée des négociations est ainsi très large puisqu'elles incluent de nombreux domaines (commerce, professions libérales, éducation, transports, poste et télécommunications, moyens d'information, services de comptabilité et d'audit, ingénierie et logistique, santé, assurance, nouvelles technologies et transfert de données, recherche, banque et services financiers, spectacles, tourisme, administration,...). Entamées en 2013, les négociations se figent actuellement sur des désaccords importants. Rappelons qu'en février dernier, profitant d'un moment favorable en plein 16e cycle de négociation, le Parlement européen a voté à une très large majorité une série de recommandations à destination de la Commission européenne qui a reçu mandat de négocier l'ACS au nom des vingt-huit États membres de l'UE.

Parmi les principales propositions des députés européens qui ont réclamé un changement radical de direction des négociations, on note : l'exclusion des services audiovisuels du champ de l'accord ; la suppression du texte des clauses dites de "cliquet" et de "statu quo", qui visent à verrouiller toute libéralisation des services, empêchant de futurs gouvernements de faire marche arrière ; l'exigence d'une plus grande réciprocité dans l'ouverture des marchés (forte en Europe, moins chez ses partenaires) ; la protection des données personnelles numériques ; la nécessité d'empêcher que les États européens soient contraints de libéraliser leurs services publics. Dans le prolongement de ces propositions, les députés européens ont adopté des dispositions assez spécifiques touchant au domaine culturel, notamment : le soutien à l'inclusion d'une clause dite horizontale et contraignante qui vise à préserver le droit des autorités européennes, nationales et locales de mettre en œuvre ou de maintenir des politiques en faveur de la création et de la culture ; la demande d'une exclusion claire des services audiovisuels des négociations commerciales ; le soutien à l'exemption du secteur culturel de l'application des clauses dites "de statu quo" et de "cliquet" (visant à figer les niveaux actuels ou futurs de libéralisation et empêchant tout retour en arrière) et la volonté de clarifier l'imposition des entreprises numériques sur le lieu où leurs activités économiques sont réellement exercées.

Les Coalitions européennes pour la diversité culturelle (CEDC) ont d'ailleurs salué l'adoption de ces recommandations et ont invité la Commission européenne à en tenir pleinement compte afin de préserver la diversité des expressions culturelles dans le cadre des négociations de l'accord commercial ACS (ou TISA). Ces recommandations non contraignantes peuvent toutefois être remises en cause ou renégociées par les États-Unis qui cherchent à démontrer que certaines de ces mesures peuvent constituer des freins au commerce, notamment au commerce électronique de biens et de services culturels numériques.

Par ailleurs, lors des prochains cycles de négociations, de nombreux aspects devront être tranchés afin d'obtenir des avancées concrètes pour l'ACS. Sur la question des flux de données transfrontaliers, les États-Unis proposent par exemple que toutes les données (« *Big Data* », données personnelles ou non) puissent être transférées sans limite d'un pays à un autre sans aucune protection particulière de la vie privée. Réagissant à cette proposition, le Comité européen des régions a demandé que les mesures relatives à la protection de la vie privée des personnes fassent l'objet d'une dérogation générale et inconditionnelle afin de s'assurer de prendre en compte toutes les considérations éthiques liées à cette question. Certains pays ont d'ailleurs proposé de conserver les données au niveau local, de manière à ce que les entreprises américaines ne puissent plus les aspirer et ces pays menacent même de reconsidérer entièrement leur politique envers les entreprises américaines et leur gestion des données relatives aux ressortissants étrangers s'ils n'obtiennent pas gain de cause. Du côté américain, la loi relative aux données médicales impose par exemple que le patient donne son consentement pour que les données relatives à sa santé soient partagées. Il s'agit d'une restriction technique sur les transferts d'informations qui pourrait donc être invalidée par l'ACS si rien ne change. La question cruciale reste donc de savoir dans quelle mesure les réglementations sur la vie privée (comme la loi américaine sur les données médicales ou les lois européennes de protection des données) pourraient être exemptées de cet accord, sachant que les États-Unis ne protègent que certains éléments tels que les informations relatives à la santé ou l'historique des vidéos visionnées en ligne, tandis que l'UE dispose d'un cadre très vaste, qui permet de protéger beaucoup plus de données, avec un niveau de protection nettement supérieur à ceux d'autres pays engagés dans les négociations de l'ACS (en dehors des États-Unis)

tels que la Turquie, la Colombie ou le Pakistan. Quelles seraient les répercussions sur l'évolution des négociations s'il n'y a pas une harmonisation et une standardisation des normes et des règles ou s'il n'y a pas tout au moins une reconnaissance mutuelle des contraintes législatives de part et d'autre. Certains craignent notamment que l'ACS puisse contrarier le futur nouveau droit européen de la protection des données personnelles qui doit entrer en vigueur en 2018. Les industriels des services reprochent à la Commission européenne d'être hyper protectionniste en matière de données et que cette attitude peut nuire au processus global de négociation d'accords commerciaux internationaux en cours (TTIP, ACS, Accord avec le Japon... etc.). Les géants d'Internet, de la téléphonie, de la banque et des services financiers voient d'ailleurs d'un mauvais œil cette frilosité européenne et pourraient être tentés d'implanter leurs activités en dehors de l'Europe ou de relocaliser ce qui y est déjà.

Un article récent de la revue *Inside U.S. Trade*<sup>7</sup> rapporte même que certains négociateurs de l'ACS commencent à explorer la perspective de pouvoir écarter des négociations l'UE en raison du blocage continu entre l'UE et les États-Unis, notamment sur la question des nouveaux services et des flux de données. Bien conscient que l'ACS aurait moins de valeur sans la signature de l'UE (qui représente 45% du commerce mondial des services), les pays qui défendent la théorie de l'exclusion de l'UE (États-Unis, Japon et Australie) ont peut-être simplement trouvé là un nouveau moyen de pression pour pousser l'UE à céder à leurs demandes et aux demandes des autres parties, sachant que jusqu'ici l'UE n'a montré aucun signe de recul ni sur la question de la protection des données personnelles, ni sur celle de la réglementation des nouveaux services (et des engagements inhérents à prendre sur la base d'une liste négative). De nombreux observateurs craignent donc qu'on n'aboutisse pas à une signature de cet accord avant la fin de l'année (contrairement aux souhaits de l'Australie et de l'administration Obama), d'autant plus que l'UE n'est pas encore prête à mettre des propositions concrètes sur la table d'ici cette échéance afin de susciter des discussions détaillées. Même si les parties réussissaient à trouver à court ou moyen terme un compromis sur les flux transfrontaliers de données, il restera à résoudre les nombreux autres points de tensions reliés au règlement des différends, au commerce électronique ou au secteur des télécommunications (exemple la question de la réduction des frais d'itinérance "roaming" dans la zone TISA). Par ailleurs, si l'ACS ou TISA est finalement considéré comme un accord mixte, ne relevant pas de la compétence exclusive de l'UE (tout comme cela fut le cas pour l'AECG), cela pourrait remettre en cause la viabilité de l'accord et entraîner beaucoup d'autres difficultés pour sa ratification qui pourrait se heurter à la résistance de certains parlements nationaux et régionaux des pays membres de l'UE.

#### Sources :

<http://www.transatlantictrade.org/issues/services/>

<http://www.lemoci.com/actualites/pays-marches/ue-canada-apres-laccord-sur-le-ceta-le-chemin-vers-la-ratification-reste-seme-dembuches/#sthash.aFRXDrpm.dpuf>

[http://aitec.reseau-ipam.org/IMG/pdf/ceta-ttip\\_public\\_services-fr-print.pdf](http://aitec.reseau-ipam.org/IMG/pdf/ceta-ttip_public_services-fr-print.pdf)

<http://transatlantique.blog.lemonde.fr/2016/02/04/le-parlement-europeen-veut-reprendre-la-main-sur-le-tisa-lautre-grand-traite-qui-effraie/>

[http://www.coalitionfrancaise.org/wp-content/uploads/2016/02/2016\\_02\\_04\\_Accord-TISA-les-CEDC-soutiennent-les-recommandations-du-Parlement-Europeen.pdf](http://www.coalitionfrancaise.org/wp-content/uploads/2016/02/2016_02_04_Accord-TISA-les-CEDC-soutiennent-les-recommandations-du-Parlement-Europeen.pdf)

[http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2016/10/18/tout-comprendre-du-ceta-le-petit-cousin-du-traite-transatlantique\\_5015920\\_4355770.html#Myx7CkRqRC](http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2016/10/18/tout-comprendre-du-ceta-le-petit-cousin-du-traite-transatlantique_5015920_4355770.html#Myx7CkRqRC)

DwQwok.99

<https://www.etuc.org/fr/documents/corrigendum-aecg-0%C3%B9-nous-en-sommes-et-ce-qui-doit-changer>

<http://www.europarl.europa.eu/news/fr/news-room/20160118IPR10380/commerce-des-services-ouvrir-de-nouveaux-marchés-pour-les-entreprises-de-l'ue>

<http://www.lesechos.fr/idees-debats/cercle/cercle-161410-les-donnees-personnelles-au-coeur-des-negociations-sur-le-tisa-trade-in-services-agreement-2034512.php>

<http://www.bilaterals.org/?tisa-proposes-new-global-rules-on>

---

<sup>7</sup> Brett Fortnam and Jenny Leonard, « Some TISA negotiators quietly raise prospect of excluding EU from deal », *Inside U.S. Trade*, Vol. 34, No 42, 28 octobre 2016.

## L'articulation des enjeux culturels, numériques et commerciaux dans les négociations du TTIP : Plus de divergences que de convergences ?

Le Partenariat économique pour le commerce et l'investissement entre les États-Unis et l'Union européenne (aussi connu sous les appellations TTIP, PTCI, ou TAFTA) ambitionne de structurer les relations commerciales entre ces deux puissances économiques en levant les obstacles réglementaires au commerce transatlantique (au-delà des questions liées aux droits de douane). Cette ambition s'appuie sur une stratégie de dérégulation qui devrait permettre d'accélérer les échanges et créer de nouvelles sources de croissance et d'internationalisation des entreprises. D'après les calculs officiels, le TTIP devrait notamment contribuer à 80% du total des gains des multinationales en supprimant certaines règles et normes dont, entre autres, celles relatives à la protection du droit du travail et de l'environnement, et aussi des mesures de protection des emplois et des économies locales contre la concurrence déloyale.

Face aux conséquences potentiellement négatives de cet Accord, un mouvement de résistance et de contestation a émergé et a pris de l'ampleur au cours de ces derniers mois, avec des manifestations citoyennes et syndicales dans la plupart des 28 États membres de l'Union, mais aussi avec des prises de position de certains gouvernements comme ceux des Pays-Bas ou plus récemment de la France en défaveur du Partenariat. Dans ce contexte où les négociations du TTIP se complexifient et prennent une dimension très politique tant au niveau national qu'international, nous proposons ici de revenir sur quelques points d'achoppement et de divergences liés à l'articulation des enjeux culturels, commerciaux et numériques qui font que les Européens sont de plus en plus méfiants alors même que l'administration Obama souhaiterait, pour sa part, une accélération des négociations et une conclusion de l'Accord d'ici la fin de son mandat.

Le projet du TTIP est l'un des accords bilatéraux qui présente le plus de dispositions ambitieuses en matière d'échanges et d'investissements transfrontaliers dans le domaine du numérique. Mais compte tenu de l'asymétrie entre les États-Unis et l'Union européenne en matière de numérique, la question de la convergence réglementaire constitue un véritable défi au vu des incidences qu'elle pourrait avoir sur la concurrence, les services de télécommunications et de commerce électronique, ainsi que sur les autres services numériques en lien avec l'exploitation des données personnelles ou encore le droit de la propriété intellectuelle.

En effet, les États-Unis possèdent une véritable longueur d'avance en matière d'industrialisation du secteur du numérique, avec des capacités d'investissement et une affirmation de la puissance des multinationales du Web et de l'informatique qui constituent des facteurs de différenciation et de productivité beaucoup plus importants qu'en Europe. Rappelons que lorsque les négociations du TTIP ont débuté, l'Europe amorçait à peine la construction de sa stratégie du marché unique numérique européen. Par ailleurs, ce rapport de force nettement en désavantage des Européens soulève la question du respect de la souveraineté numérique des États européens et de leur capacité à régler le numérique sur des sujets aussi cruciaux que la protection des données, la neutralité du Net, ou la régulation des plateformes numériques.

En 2014, le Conseil national du numérique (CNNum) de la France avait émis un avis sur le volet numérique du TTIP dans lequel il exprimait ses positions et ses recommandations pour la France et l'Union européenne. Le Conseil préconisait une mobilisation plus forte afin de rééquilibrer le rapport de force et de protéger les intérêts européens dans le domaine du numérique à travers une stratégie de négociation cohérente et coordonnée avec l'ensemble des États membres de l'UE, en exigeant des garanties et des obligations de non-discrimination, de neutralité, de portabilité et d'interopérabilité appliquées aux services télécoms et aux plateformes numériques dans le but d'éviter la « création de distorsions de concurrence ».

La question reste à savoir si la convergence réglementaire s'appliquera par une imposition de standards techniques, par une harmonisation réglementaire et le renforcement des instances internationales de normalisation, ou encore par une reconnaissance mutuelle des normes en vigueur au sein de l'Union européenne et aux États-Unis. Au regard des niveaux d'exigence et des standards techniques déjà existants sur ces deux marchés respectifs, les négociateurs américains se retrouvent en position de force pour chercher à imposer leurs standards pendant que l'Union européenne cherche d'abord à appliquer une harmonisation réglementaire parmi ses propres pays membres pour pouvoir mieux défendre ses intérêts lors des négociations du TTIP.

Cette problématique de la convergence réglementaire constitue également un enjeu crucial pour garantir des règles et conditions de concurrence effectives, en particulier dans le secteur des télécommunications. En effet, au sein de l'Union européenne, l'activité des opérateurs de télécommunications est encadrée par une stricte réglementation, contribuant ainsi à créer les conditions d'un marché plus ouvert et concurrentiel, tandis que l'accès au marché américain des télécommunications, qui repose sur une structure oligopolistique, est fermé aux nouveaux joueurs, dont les opérateurs européens de télécommunications. Il est donc nécessaire que le TTIP respecte le principe d'égalité de traitement (*level playing field*) et garantisse une réciprocité réglementaire pour les entreprises de télécommunication européennes souhaitant développer leurs activités aux États-Unis.

Il en va de même pour le rééquilibrage des conditions de concurrence entre les opérateurs européens de télécommunications et les acteurs américains du numérique, notamment les plateformes OTT («Over-the-top content»). En effet, les fournisseurs d'accès Internet européens investissent dans le développement et la maintenance des infrastructures de réseaux et sont soumis à une série d'obligations liées à une réglementation assez stricte, alors que les plateformes américaines (telles que Youtube ou Netflix), qui fournissent des contenus et des services de divertissement, ne participent pas toujours pleinement au financement des infrastructures qu'ils utilisent et qui consomment d'ailleurs beaucoup de bande passante. Il y a donc une captation de la valeur au profit de ces acteurs OTT qui occupent parfois des positions dominantes sur le marché européen. Face à cette asymétrie réglementaire, la frustration des opérateurs européens de télécommunications, notamment des fournisseurs d'accès Internet, pourrait les emmener à mettre en œuvre des pratiques de discrimination de contenus, de discrimination tarifaire (zéro-rating) ou de dégradation de la qualité de services (par exemple, la diminution de la vitesse Internet de téléchargement pour leurs clients qui sont abonnés aux services de plateformes OTT). Or, de telles pratiques porteraient atteinte au principe de neutralité du Net, dont le règlement récemment adopté au niveau européen reste ambigu et laisse un bon nombre de questions essentielles sujettes à interprétation.

Au chapitre du commerce électronique, le TTIP pourrait imposer de véritables obligations aux deux parties, malgré une certaine emprise des États-Unis sur les négociations. À ce stade-ci, l'Union européenne et les États-Unis semblent avoir trouvé un terrain d'entente sur des principes non contraignants tels que : l'interdiction des droits de douane sur les livraisons sous forme électronique, la reconnaissance des certificats de signature électronique, la conclusion de contrats sous forme électronique, l'installation et l'utilisation d'infrastructures et de serveurs au niveau local pour pouvoir fournir des services de technologies de l'information et de la communication, la régulation des spams,...

En ce qui concerne les échanges transfrontaliers ouverts de flux de données, les négociations dans le cadre du TTIP se réfèrent aux termes de l'accord «EU/US Privacy Shield» qui remplace le « Safe Harbor », mécanisme permettant le transfert de données vers plus de 4 000 entreprises y ayant adhéré aux États-Unis et qui fut invalidé en octobre dernier par la Cour de justice de l'Union européenne. Cependant, le «Privacy Shield» assure toujours aux autorités et aux entreprises américaines le droit unilatéral d'accéder aux données numériques des citoyens et consommateurs européens, certes sous le couvert de nouvelles garanties qui n'existaient pas dans le *Safe Harbor*, mais le contrôle et le respect de ces dernières demeurent au bon vouloir

des seules institutions américaines. On se pose alors la question de savoir comment les règles européennes vont être appliquées de telle sorte que le TTIP ne serve pas de véritable passoire pour le transfert et l'exploitation des données personnelles de l'Europe.

Sur le plan des échanges de biens et services culturels, malgré la victoire obtenue par les Européens en matière d'exception culturelle et d'exclusion du secteur audiovisuel du cadre des négociations commerciales avec les États-Unis, sans oublier les concessions que pourraient être amenés à faire les Américains sur le prix unique du livre et du livre numérique en Europe, l'ombre des multinationales américaines du Web et celle des négociateurs américains planent toujours sur les dispositifs non discriminatoires visant à promouvoir et à protéger la culture européenne. En effet, la tentation est grande pour les Américains de chercher une brèche afin de réintroduire les services et contenus culturels audiovisuels dans les négociations du TTIP par un principe de non-discrimination des produits numériques dans le chapitre sur le commerce électronique. Ce concept de produits numériques ou « *digital products* », qui est nouveau dans le cadre des relations commerciales entre les États-Unis et l'Union européenne, existe déjà dans l'accord de libre-échange liant les États-Unis et la Corée et fait dans ce cas référence, entre autres, aux produits audiovisuels (films, musique, jeux vidéo, ...) distribués et diffusés par voie numérique comme les services de musique en ligne ou de vidéo en ligne à la demande. L'introduction par les négociateurs américains d'un principe de non-discrimination de ces produits culturels numériques dans le TTIP constitue une remise en cause des politiques discriminatoires mises en œuvre par l'Union européenne dans le secteur audiovisuel, puisque la position européenne ne fait pas de différenciation au niveau du support ou du mode de diffusion/distribution numérique des produits audiovisuels.

Il s'agit donc là d'une divergence profonde sur laquelle les États membres de l'Union, la France en tête, restent pour le moment intransigeants et très vigilants, alors que le lobby des plateformes numériques américaines essaie de faire pression pour que celles-ci ne soient pas soumises à d'éventuelles politiques de régulation qui iraient à l'encontre de leurs intérêts économiques. La question qui se pose ici est celle du rapport de force entre les pouvoirs publics et les grands groupes internationaux du numérique qui dictent leurs lois sur le marché des industries culturelles.

D'autres divergences importantes subsistent :

**Sur le plan de la propriété intellectuelle**, l'approche américaine sur la brevetabilité du logiciel est incompatible avec le modèle européen enclin à la promotion du droit d'auteur, du logiciel libre ou du domaine public ;

**Sur le plan de la protection des indications géographiques** en relation avec l'attribution des noms de domaine sur Internet, notamment le .vin et le .wine, qui constitue une prérogative de la société de droit californien, l'*International Corporation for Assigned Names and Numbers* (ICANN) ;









**Sur le plan de l'accès au marché américain**, Bruxelles dénonce par exemple l'imposition d'un plafond de 25 % pour la participation d'une entreprise européenne au capital d'un opérateur télécoms américain, alors qu'une entreprise américaine peut posséder 100 % d'une société européenne. De même, les opérateurs américains peuvent avoir accès aux infrastructures existantes de leurs homologues européens sur le Vieux Continent. Ce qui n'est pas le cas pour ces derniers aux États-Unis. Le problème renvoie notamment aux traditionnelles lois protectionnistes états-uniennes (*Buy American Act* et *Small Business Act*) qui constituent de véritables barrières réglementaires pour les nouveaux entrants sur le marché américain et l'Europe continue de négocier pour que l'accord final puisse donner de réelles opportunités aux entreprises européennes de toutes tailles, dans la fourniture d'équipements, de biens et de services, en particulier dans le domaine de l'informatique, des télécommunications ou encore celui des objets connectés ;

**Sur le plan de la protection de l'investissement**, le Partenariat transatlantique ouvre la voie à une réforme ambitieuse du règlement des différends en matière d'investissement, en établissant une Cour de justice de l'investissement, reposant sur un système indépendant, public et transparent. Toujours est-il que de nombreux observateurs estiment que cette disposition devrait être purement et simplement annulée, puisqu'elle pourrait affecter la capacité souveraine des États de réglementer les multinationales, qui cherchent à pouvoir profiter du marché intérieur européen tout en échappant aux règles européennes, comme celles relatives à la fiscalité.

En définitive, on peut retenir que les craintes suscitées par les négociations du Partenariat transatlantique sont fondées compte tenu des nombreuses divergences entre les deux parties relatives à leurs systèmes réglementaires, juridiques et protectionnistes. De plus, ces craintes se nourrissent de la méfiance envers l'hégémonie des GAFAs qui s'est bien étendue déjà en Europe, avec même des accusations fréquentes d'abus de position dominante à l'encontre de certaines de ces firmes américaines dont Google. Par rapport aux ambitions clairement affichées par les États-Unis de renforcer la domination des acteurs américains tels que Google, Apple ou Amazon sur le marché numérique européen, l'Europe a tout intérêt à jouer la carte de l'harmonisation réglementaire en matière de commerce électronique et de protection du consommateur plutôt que de vouloir aller en guerre sans assez de munitions. Sans de véritables garanties en matière de réciprocité, d'égalité de traitement et de respect de la souveraineté, d'ouverture et d'accès équitable aux marchés de part et d'autre, le TTIP pourrait devenir une entrave au développement d'une véritable économie numérique en Europe et c'est pour cette raison qu'on peut comprendre les réticences et le durcissement des positions européennes face à l'empressement de l'administration Obama à boucler les négociations sans l'existence de ces garanties.

## Les multiples visages du TTIP

Points principaux en discussion, positions et arguments américains, européens et des opposants au projet :

	ACCÈS AU MARCHÉ	COOPÉRATION RÉGLEMENTAIRE	NOUVELLES RÈGLES		
	 <b>Disparition des droits de douane</b>	 <b>Uniformisation des règles de sécurité, des contrôles, de l'étiquetage...</b>	 <b>Mécanisme d'arbitrage pour régler les conflits entreprises/États (ISDS)</b>	 <b>Droits de propriété intellectuelle renforcés</b>	 <b>Indications géographiques protégées</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Éliminer les «<b>barrières injustifiées</b>» qui donnent un avantage à l'Europe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Réduire les <b>coûts de régulation</b> tout en respectant la protection des consommateurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Système «<b>impartial</b>» fondé sur «<b>l'État de droit</b>»</li> <li><b>Protection des investissements</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La lutte contre le «<b>piratage</b>»</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Seulement pour les «<b>produits éligibles</b>»</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Stimulation de l'économie <b>+119 milliards/an en UE</b>, 95 pour les USA.</li> <li><b>Création d'emplois</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Maintien de <b>normes «exigeantes»</b></li> <li>Autorisation plus rapide d'importation d'un produit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mise en place d'un <b>dispositif transparent</b></li> <li>Audiences publiques</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Favoriser les <b>investissements de recherche et développement</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Liste de <b>200 appellations</b> que l'UE veut faire reconnaître</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Concurrence déloyale</b> (taux de change du \$, modèle d'agriculture extensive, etc. plus favorables aux USA)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Affaiblissement des règles environnementales</b>, protection sociale, sécurité alimentaire et bien-être animal (OGM, pesticides, boeuf aux hormones, etc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Les entreprises pourront <b>contrer les réglementations d'États souverains</b></li> <li>Libéralisation des services publics</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Monopolisation de brevets</b> par les grandes firmes (médicaments)</li> <li><b>Surveillance d'internet</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perte des <b>appellations protégées</b> dans l'agriculture notamment</li> </ul>

Sources : Commission européenne, USTrade, Attac

© AFP

Sources :

<http://www.bilaterals.org/?-TTIP->

<http://www.cnnumerique.fr/wp-content/uploads/2014/05/TTIP-Avis-FR.pdf>

<http://www.contrepoints.org/2016/05/04/251303-taftattip-ce-protectionnisme-americain-qui-bloque-les-negociations#LSrfQMKpl8wL7swr.99>

<http://www.euractiv.fr/section/innovation-entreprises/news/public-procurement-could-be-next-ttip-deal-breaker/>

<http://www.itespresso.fr/traite-europe-usa-numerique-etre-offensif-les-negociations-ttip-75294.html>

<https://stoptafta.wordpress.com/2016/05/03/qui-croit-encore-a-lavenir-du-tafta/>

## Partie II

### Les transformations des industries culturelles face aux innovations numériques

## Comment les industries culturelles se transforment-elles pour survivre aux innovations disruptives ?

«Rien ne se perd, rien ne se crée, tout se transforme». Cette célèbre formule du père de la chimie moderne, Antoine Lavoisier, pourrait s'appliquer à la transition numérique qui affecte actuellement l'ensemble des industries culturelles et qui se caractérise par une multitude de transformations à travers lesquelles l'acte même de création témoigne de l'importance des mutations. En effet, plus que jamais tout se recrée à l'ère numérique. Le risque est alors pour les intermédiaires traditionnels (éditeurs, producteurs, réseaux de distribution) de disparaître à défaut de s'adapter à ces transformations et innovations disruptives qui font émerger une nouvelle culture numérique, avec de nouvelles trajectoires et de nouveaux modèles économiques pour le marché de la consommation de biens et services culturels. Il est donc utile dans ce contexte de chercher à mieux comprendre les enjeux et effets de ces innovations de rupture qui menacent de balayer les industries culturelles qui ne prendront pas les mesures nécessaires pour opérer leur mue numérique.

### ***Les innovations disruptives : Pas de transformation sans innovation et pas d'innovation sans disruption***

Le discours sur la transformation numérique fait souvent référence à l'expression «innovation disruptive» (ou «innovation de rupture»), théorisée en 2011 par Clayton Christensen, professeur à la Harvard Business School, dans son livre à succès intitulé « *The Innovator's Dilemma : The Revolutionary Book That Will Change the Way You Do Business* ».

La théorie de l'innovation disruptive (*disruptive innovation*) désigne des innovations qui attirent et trouvent de nouvelles catégories de clients en créant de nouveaux marchés. Cette forme d'innovation de rupture s'appuie généralement sur de nouvelles technologies ou sur l'utilisation des technologies anciennes dans de nouveaux contextes dans le but d'améliorer l'existant ou de casser les modèles existants afin de rester compétitif. Ainsi, l'innovation disruptive s'accompagne-t-elle souvent de la création de nouveaux modèles économiques, avec un basculement vers un produit ou un service à forte valeur ajoutée et accessible au plus grand nombre pour une fraction du prix du marché. Il s'agit donc avant tout d'un processus de transformation des marchés, lequel se manifeste par un accès massif et simple à des biens et services dont l'impact et la valeur d'usage pour les clients constituent un important facteur de différenciation.

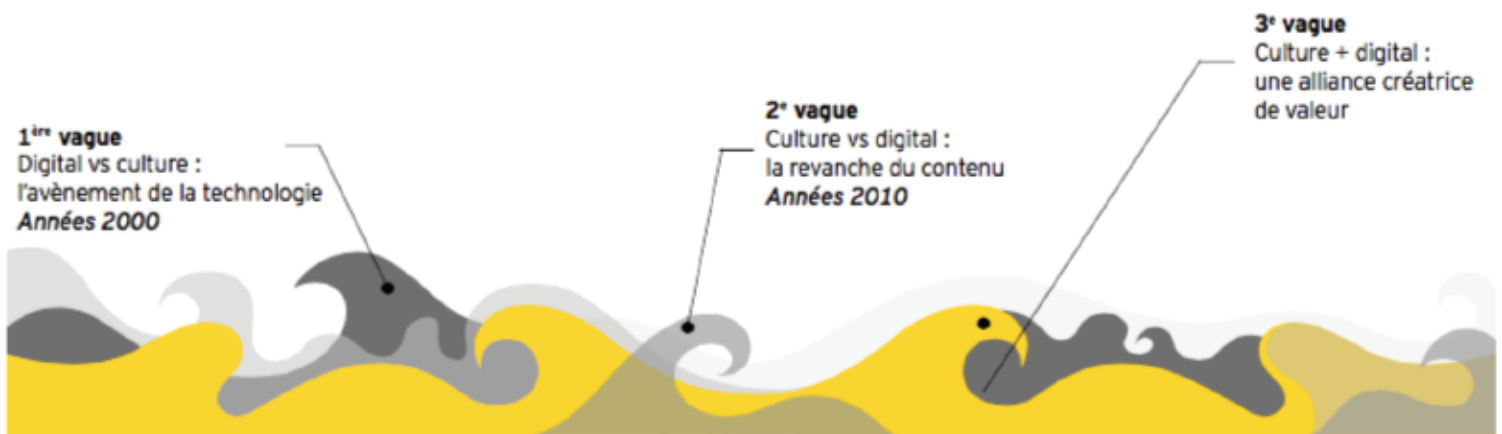
En ce qui concerne le marché culturel, les innovations disruptives sont caractérisées par de nombreux services et technologies de rupture qui ont notamment fait leur apparition à travers des activités de dématérialisation et de re-matérialisation ou de désintermédiation et de réintermédiation ayant eu pour effet de bouleverser les modes de production et de création, les supports et canaux de distribution et de diffusion, mais aussi les comportements en matière d'accès et de consommation de la culture.

Parmi ces services et technologies de rupture dans le secteur des industries culturelles, on peut citer principalement Netflix qui a favorisé l'abandon de la location à distance de DVD au profit du streaming ; Twitter, la plateforme de microblogging devenue un sérieux concurrent pour les journaux qui subissent une perte de monopole et de la primeur liée à la diffusion de l'information ; Apple iTunes qui a dématérialisé la vente de disques en démocratisant le téléchargement et l'écoute de la musique en ligne ; Amazon et Google qui se sont emparés du marché du livre numérique et de l'édition numérique au détriment des acteurs historiques que sont les libraires et les éditeurs, etc.

Les stratégies d'importants acteurs du web et du numérique (incluant les opérateurs de télécommunication et notamment les fournisseurs d'accès Internet) ont ainsi conduit à de profondes transformations disruptives au sein des principaux marchés des industries culturelles. Grâce à leurs rapports plus étroits et à leur maîtrise des technologies de rupture, grâce également au caractère incontournable de leurs plateformes et des recettes publicitaires qu'elles génèrent ainsi qu'à la puissance de leurs algorithmes et des données qu'ils détiennent sur les utilisateurs, les acteurs du numérique ont acquis très rapidement des positions dominantes sur les marchés des produits culturels et des industries de contenus, avec une importante stratégie de captation de la valeur et de l'attention des consommateurs finaux de produits culturels, et ce au détriment des acteurs historiques (incluant les *majors*).

### **Comment les industries culturelles ont-elles survécu aux innovations de rupture ?**

Il y a donc une importante redistribution des cartes qui bien que fragilisant les acteurs historiques des industries culturelles ne constitue pas pour autant une fatalité tant pour la survie de ces derniers que pour l'économie culturelle elle-même. Une étude du Cabinet Kurt Salmon présentée dans le cadre des 8èmes rencontres internationales du Forum d'Avignon (les 31 mars et 1er avril 2016 à Bordeaux) estime en effet que la révolution numérique n'a pas sonné le glas des industries culturelles, mais qu'elle les a simplement transformées.



*Les trois vagues de la révolution numérique (EY, «Créer, diffuser, protéger : l'agilité de la propriété intellectuelle à l'épreuve du marché numérique», Étude pour le Forum d'Avignon, 2016, p.10)*

Il est indéniable qu'au début des années 2000, la première vague de la révolution numérique caractérisée par la dématérialisation des contenus a donné un véritable coup d'accélérateur à la diffusion et à la démocratisation de la culture tout en modifiant profondément le comportement des consommateurs culturels qui ont été incités à privilégier l'achat des équipements (comme les lecteurs MP3, les ordinateurs portables, les smartphones et les tablettes) et la souscription d'abonnements Internet au détriment de l'acquisition et de la possession de contenus et produits culturels (disque, DVD, livre, journal,...). En France, entre 2011 et 2013, les industries culturelles ont ainsi perdu 716 millions d'euros de revenus sur les marchés physiques qui n'ont pas été compensés par les revenus issus de la vente des biens et services numériques (e-books, streaming, VoD...). Mais le paradoxe que démontre l'étude Kurt Salmon est que le basculement vers le tout digital n'a pas eu lieu comme le prédisaient les plus inquiets et que la sphère culturelle a montré une belle agilité face à l'irruption du numérique.

Plusieurs constats attestent de la transformation des industries culturelles, déjouant le pronostic de leur mort annoncée. Dans le secteur de la musique par exemple, malgré une perte de 4,7% en 2015, le marché des biens physiques connaît un renouveau grâce à la résurrection des vinyles vendus à 750 000 exemplaires cette année ; une hausse que ce marché n'avait plus connue depuis quatre ans. De son côté, le marché du e-book stagne et le livre numérique ne réussit pas à véritablement se substituer au livre. Quant au streaming, son

succès n'est pas synonyme de la baisse d'achats de billets de concerts car on assiste au contraire à une fréquentation en hausse de 12% du marché des concerts sur les deux dernières années. La fréquentation des musées est également en hausse constante en dépit de la numérisation et de la mise en ligne des collections muséales.

En outre, le cabinet Kurt Salmon explique dans son étude que dans une ère de numérisation croissante des oeuvres culturelles, les offreurs doivent chercher à diversifier les modes de commercialisation plus vite que les consommateurs n'adoptent l'offre numérique, puisque le développement de la consommation numérique des oeuvres s'accompagne d'une prédisposition à payer et à dépenser plus pour ces mêmes oeuvres, comme l'illustre la tendance selon laquelle 17% de Français comptent souscrire, à l'avenir, à une plate-forme de lecture par abonnement.

À défaut de résister ou d'aller à contre-courant des innovations disruptives, l'enjeu pour les industries culturelles consiste donc à poursuivre leur mutation pour mieux répondre aux besoins et attentes des utilisateurs et des consommateurs finaux, tout en développant de nouveaux modèles économiques hybrides et équilibrés. Cette mutation des industries culturelles à l'ère numérique ne saurait être pensée sans la prise en compte de la qualité de service et de l'expérience-utilisateur à intégrer dans la phase de conception, de production ou de création d'une oeuvre, d'un produit ou d'un service culturel numérique. On doit notamment garder à l'esprit le fait que la numérisation des contenus s'est muée en outil de médiation, établissant ainsi des ponts entre ceux qui produisent la culture et ceux qui la consomment. Les industries culturelles gagneraient à exploiter davantage les effets des réseaux de diffusion et de distribution pour favoriser une plus grande découvrabilité et une plus large appropriabilité des produits et contenus culturels numériques.

En définitive, l'idée que des technologies pourraient détruire, à elles seules, des cultures, n'est pas vraie. La menace devient une opportunité dans la mesure où les technologies et la culture entretiennent une relation de cause à effet beaucoup plus subtile qu'il n'y paraît et que la mondialisation numérique n'est pas nécessairement synonyme ni de déculturation, ni d'homogénéisation culturelle. Cette mondialisation numérique, elle-même le fruit de la convergence entre anciens et nouveaux médias, semble plutôt favoriser l'éclosion de la création et la remixabilité générale des contenus culturels et des nouvelles formes de participation culturelle, en particulier chez les jeunes générations. C'est dire que pour la période à venir notre regard ne pourra plus uniquement se porter sur la transition numérique des industries culturelles. Il sera également impératif d'observer et d'analyser les tendances liées aux oeuvres dites transformatives, s'appuyant sur les nouvelles possibilités de création numérique (*mash-up, remix, supercut, lipdub*) et sur les rapports de force entre les acteurs du numérique, les usagers ou consommateurs culturels, les intermédiaires traditionnels et les nouvelles plateformes de diffusion culturelle. Bien qu'il soit fort à parier que les technologies disruptives miseront davantage sur des expériences culturelles enrichies à travers des offres innovantes, à bas coûts et accessibles à un public très large, l'évolution des déterminants de la mutation des modèles de production, de diffusion et d'exploitation des services, biens et contenus culturels numériques reste quant à elle imprévisible. Quoi qu'il en soit, la remise en question et les controverses liées aux règles en matière de propriété intellectuelle, de droits d'auteur, de rémunération des créateurs et de neutralité du Net, ne font juste que commencer.

#### Sources :

**Forum d'Avignon, EY**, *Créer, diffuser, protéger : l'agilité de la propriété intellectuelle à l'épreuve du marché unique numérique. Étude EY pour le Forum d'Avignon, 2016, 48 p.*, [http://www.forum-avignon.org/sites/default/files/editeur/EY\\_Creer\\_diffuser\\_protger\\_-\\_Lagilite\\_de\\_la\\_propriete\\_intellectuelle\\_a\\_lepreuve\\_du\\_Marche\\_Unique\\_Numerique\\_VF\\_finale\\_100316.pdf](http://www.forum-avignon.org/sites/default/files/editeur/EY_Creer_diffuser_protger_-_Lagilite_de_la_propriete_intellectuelle_a_lepreuve_du_Marche_Unique_Numerique_VF_finale_100316.pdf)

**Forum d'Avignon, Kurt Salmon**, *Les e-consommateurs prêts à dépenser plus pour les produits culturels*, Étude Kurt Salmon pour le Forum d'Avignon, Communiqué de presse, 31 mars 2016

<http://wellcom.fr/presse/kurt-salmon/2016/03/etude-internationale-kurt-salmon-pour-le-forum-davignon/>

**Forum d'Avignon, Kurt Salmon**, *La filière culturelle et créative aurait-elle trouvé la formule pour se développer à l'ère du numérique ?* Étude Kurt Salmon pour le Forum d'Avignon, 52 p.,

<http://www.forum-avignon.org/sites/default/files/editeur/2015-ForumAvignon-VF-13.pdf>

**André Gunthert**, «L'oeuvre d'art à l'ère de son appropriabilité numérique», *Les Carnets du BAL*, n° 2, octobre 2011, p. 136--149,

<http://culturevisuelle.org/icones/2191>

**Henry Jenkins**, *La Culture de la convergence. Des médias au transmédia*, trad. de l'anglais par C. Jaquet, Paris, A. Colin/Ina Éd., coll. Médiacultures, 2013 [2006], 336 p.

**Frédéric Martel**, *Mainstream. Enquête sur cette culture qui plaît à tout le monde*, Paris, Flammarion, coll. Essais, 2010, 464 p.



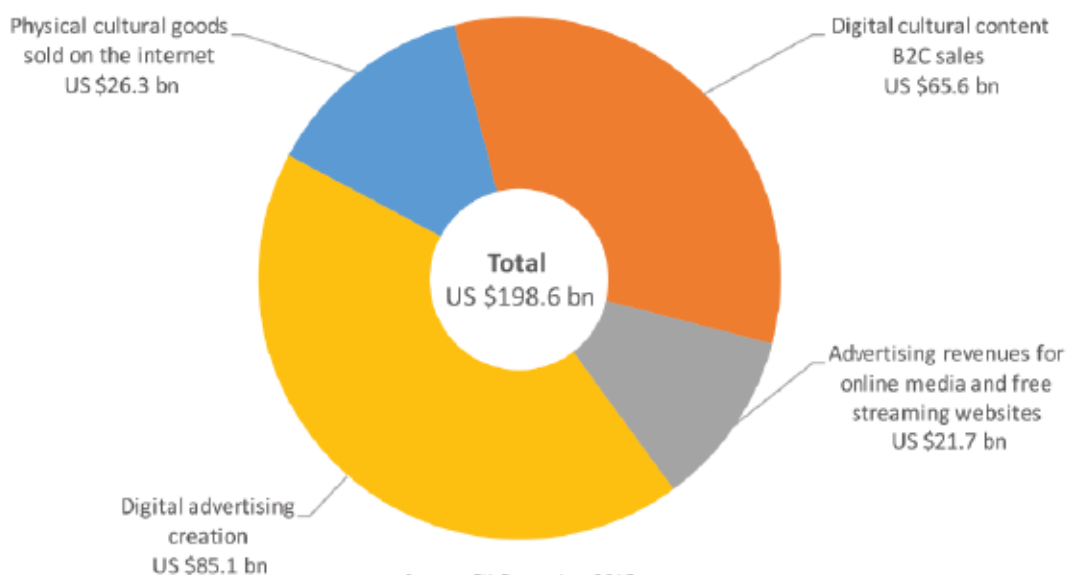
## Le premier panorama mondial de l'économie de la culture et de la création

La Confédération internationale des sociétés d'auteurs compositeurs (CISAC) vient de publier la première étude sur le poids de la culture et de la création dans l'économie mondiale. Intitulée « *La culture dans le monde* », cette étude a été rédigée par le cabinet EY et présentée à l'UNESCO le 3 décembre. Elle analyse 11 secteurs clés : télévision, arts visuels, journaux/magazines, publicité, architecture, livre, spectacle vivant, jeux vidéo, cinéma, musique et radio. L'étude révèle entre autres que les secteurs des industries culturelles et créatives (ICC) génèrent des revenus supérieurs à ceux des services de télécommunications au niveau mondial (2 250 milliards de dollars US contre 1 570 milliards de dollars US) et emploient 29,5 millions de personnes, soit 1% de la population active mondiale, dépassant ainsi le nombre d'emplois (25 millions) dans l'industrie automobile en Europe, au Japon et aux États-Unis réunis. Les trois premiers secteurs pourvoyeurs d'emplois sont : les arts visuels (6,73 millions), le livre (3,67 millions) et la musique (3,98 millions).

Cette étude nous apprend également que les œuvres créatives sont un moteur essentiel de l'économie numérique. Par exemple, en 2013, les œuvres créatives ont contribué à hauteur de 200 milliards de dollars aux ventes numériques mondiales, augmentant considérablement les ventes d'appareils numériques et la demande de services de télécommunications à haut débit. Les ventes de biens culturels numériques ont généré 65 milliards de dollars, et 21,7 milliards de revenus publicitaires, pour les médias en ligne et les sites de streaming gratuit tels que YouTube.

L'étude conclut que pour exploiter pleinement le potentiel des industries créatives et culturelles, les créateurs doivent être équitablement rémunérés pour l'utilisation de leurs œuvres créatives, afin qu'ils puissent continuer de contribuer à la culture et à l'économie. En particulier dans le marché numérique, les décideurs politiques doivent étudier la question du transfert de la valeur qui favorise actuellement les intermédiaires techniques et garantir que les créateurs et les industries créatives soient rémunérés à leur juste valeur pour l'exploitation de leurs œuvres. Irina Bokova, directrice générale de l'UNESCO, rappelle à cet effet que les États devraient continuer à s'appuyer sur la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles pour prendre des mesures pour promouvoir la pertinence de ses principes clés à l'ère numérique. « *C'est un défi majeur qui nous attend: trouver un équilibre entre tous les intérêts et les facettes de la diversité culturelle pour qu'elles s'expriment, s'enrichissent mutuellement et se transmettent, quels que soient les moyens et les technologies utilisés* », déclare-t-elle, dans l'avant-propos de l'étude EY/CISAC.

## CCI Contribution to Digital Economy (US \$bn 2013)



Les données fournies dans cette étude dressent le portrait d'un monde culturel et créatif multipolaire dans lequel les créateurs dans tous les domaines artistiques contribuent fortement à l'économie mondiale. Remettant en cause les thèses sur la domination d'une culture mondiale uniformisée et standardisée, l'étude démontre que les trois marchés culturels les plus puissants sont, respectivement, l'Asie-Pacifique (743 milliards de dollars, soit 34 %) puis l'Europe et l'Amérique du Nord. L'Amérique du Sud est classée 4<sup>ème</sup>, tandis que l'Afrique et le Moyen Orient se classent à la 5<sup>ème</sup> place. Au-delà de ce classement, il est important de souligner que chaque région dispose de ses propres atouts, contribuant à l'essor des économies nationales et régionales :

La région Asie-Pacifique génère 34 % des revenus mondiaux des Industries Culturelles et Créatives (ICC), 40 % des emplois avec la plus grande base de consommateurs et une classe moyenne en pleine expansion. La région est le leader mondial du jeu-vidéo et de l'architecture et 2<sup>ème</sup> en ce qui concerne la filière du cinéma.

L'Europe concentre quant à elle 32 % des revenus des ICC au niveau mondial, avec 25 % des emplois. Leader dans la publicité (avec des groupes comme Publicis et Vivendi), le vieux continent se distingue aussi par sa concentration unique de musées, de monuments historiques et d'écoles d'arts (plus de 5 500).

Au troisième rang sur le marché des ICC, l'Amérique du Nord représente 28 % des revenus au niveau mondial et 15 % des emplois. C'est une région qui a toutefois une forte influence internationale, étant leader dans les domaines du cinéma, de la vente de contenus TV et du spectacle vivant. Le marché nord-américain de la musique live est l'un des plus dynamiques au monde.

L'Amérique latine génère 6 % des revenus des ICC au niveau mondial, avec 16 % des emplois. Les émissions de télévision d'Amérique latine s'exportent dans le monde entier, de même que la musique et la danse. L'Argentine et la Colombie figurent d'ailleurs dans le top 5 mondial des exportateurs d'émissions de télévision. Le cinéma est aussi une industrie centrale en Argentine, au Brésil et au Mexique, avec plus de 400 films produits par an.

L'Afrique et le Moyen-Orient totalisent 3 % des revenus mondiaux des ICC et 8 % des emplois. Avec 2,4 millions d'emplois et 58 milliards de dollars de chiffre d'affaires, les industries culturelles et créatives sont un employeur clé en Afrique et au Moyen-Orient. L'économie informelle, par exemple les concerts de musique non officiels, y représente une part significative de la scène culturelle et constitue un important réservoir d'emplois. Cette région est très attractive car elle constitue une mosaïque culturelle favorisée par la diversité linguistique et une population jeune, connectée et en pleine expansion. Elle offre aussi de nombreuses opportunités, notamment dans la production de films, avec une industrie cinématographique en pleine croissance comme en témoigne l'exemple de réussite de Nollywood, l'industrie du film nigérian qui génère directement 300 000 emplois. La télévision et la musique occupent également une place centrale dans les ICC de cette région du monde. L'enjeu majeur pour cette région consiste à structurer et formaliser ces ICC afin d'augmenter leur visibilité à l'international et de favoriser leurs exportations.

L'étude débouche sur trois recommandations clés, à savoir : la promotion des droits d'auteur, l'amélioration de la monétisation en ligne et la culture du talent des artistes et créateurs. En ce qui concerne les droits d'auteurs, il s'agira d'élaborer des cadres juridiques qui protègent les droits des créateurs et qui leur garantissent une rémunération équitable. L'amélioration de la monétisation en ligne passe, quant à elle, par la recherche d'un mécanisme visant à équilibrer la captation et le partage de la valeur, qui reste pour le moment favorable aux intermédiaires en ligne et défavorable aux créateurs, considérés plus que jamais comme les maillons faibles du système. Enfin, pour cultiver le talent des artistes et des créateurs, il importe de mettre en place des mécanismes de soutien à l'innovation et de favoriser la découverte et la valorisation des nouveaux talents qui contribuent par leurs œuvres à diversifier l'ensemble de l'offre de contenus culturels.

Sources :

<http://www.worldcreative.org/?lang=fr>

[http://www.worldcreative.org/wp-content/uploads/2015/12/EYCulturalTimes2015\\_Download.pdf](http://www.worldcreative.org/wp-content/uploads/2015/12/EYCulturalTimes2015_Download.pdf)

<http://www.forum-avignon.org/fr/infographie-1er-panorama-mondial-de-l-economie-de-la-culture-presente-l-unesco>

## L'industrie des contenus audiovisuels et numériques à l'ère de l'expérience utilisateur : tendances actuelles

Dans son rapport sur les tendances 2016 publié ce 2 février, le Fonds des médias du Canada (FMC) propose un état des lieux de l'industrie des contenus audiovisuels et numériques qui démontre que nous sommes entrés dans une nouvelle ère marquée par de nombreuses opportunités et dans laquelle les utilisateurs sont plus que jamais outillés pour avoir une maîtrise accrue de la culture numérique et des technologies leur permettant de mener différents types d'expérience qui inspirent, voire influencent, les logiques des créateurs et des distributeurs de contenus. Comme l'indique le sous-titre du rapport, nous sommes dans «l'ère de l'expérience». Fruit de la rencontre et de l'interdépendance entre le contenu et la technologie, l'expérience utilisateur multiplateforme et multicanal, combinée à l'exploitation du Big Data, s'impose de nos jours comme la clé qui permettrait de comprendre et d'anticiper les besoins et les logiques d'un monde de plus en plus connecté dans lequel les goûts et préférences des consommateurs culturels riment avec hyperchoix, captation de l'attention, découvrabilité et algorithmes, monétisation. Six tendances principales sont décryptées dans ce rapport du FMC :

1. L'hyperconnectivité : la prochaine phase de l'hyperconnectivité sera la généralisation de l'Internet des objets (Internet of Things ou IoT), un marché mondial qui touchera toutes les industries, avec des investissements estimés à au moins six trillions de dollars américains au cours des cinq prochaines années. Les créateurs devront s'adapter à un monde connecté dans lequel les appareils, les utilisateurs et le nuage interagissent sans cesse.

2. La convergence des écrans : Elle répond aux nouvelles exigences de la mobilité qui font que la consommation en ligne devient avant tout « mobile ». Encore plus important pour le secteur du contenu, la vidéo sur des appareils comme les téléphones intelligents et les tablettes est de plus en plus populaire.

3. L'essor du transmédia se manifeste par la possibilité de pouvoir expérimenter la réalité virtuelle (RV) et la réalité augmentée (RA) à grande échelle d'ici cinq à dix ans. Pendant que certaines prévisions comparent les appareils de Réalité augmentée (RA) aux téléphones intelligents en les considérant comme un bon moyen de regarder du contenu télévisuel et cinématographique classique en continu, en 2D ou en 3D, d'autres estiment que les technologies de la Réalité virtuelle (RV) sont enfin arrivées à maturité et favoriseront la production de nouvelles formes de jeux et de contenus immersifs de longue durée.

4. La matérialisation d'un fossé générationnel : Le rapport révèle que les habitudes de consommation des médias des générations Y et Z varient énormément par rapport à celles de leurs prédécesseurs, suggérant que l'industrie adopte rapidement de nouvelles stratégies afin de répondre aux besoins qui se dessinent des deux côtés.

5. La monétisation du contenu numérique continue de mûrir bien que le modèle dominant de la publicité en ligne soit sérieusement remis en question avec l'apparition des bloqueurs de pub. On s'attend notamment à ce que les pertes découlant de la publicité bloquée atteignent 41 milliards de dollars américains en 2016 par rapport à 22 milliards l'an dernier. Résultat : davantage d'exploration, de fragmentation et d'hybridation des modèles de revenus. Le rapport fournit d'autres exemples, notamment la monétisation de l'engagement des utilisateurs (professionnalisation du contenu généré par l'utilisateur et partage des revenus tirés des plateformes de distributions) l'importance croissante de l'hyperdistribution et de la syndication du contenu,...

6. Les niches numériques telles que le contenu étranger se révèlent comme un modèle commercial viable que les petits joueurs exploitent efficacement. Toutefois, ces niches attirent de plus en plus les géants de l'industrie comme Netflix ou YouTube.

Au-delà de ces tendances, le rapport mentionne que « malgré la circulation beaucoup plus fluide du contenu dans tous les marchés internationaux et le potentiel accru de rayonnement de la diversité, la mondialisation des goûts supprime les différences culturelles ». Ceci suggère que même s'il y a une diversité culturelle produite grâce à de nouveaux types de contenus sur le Web, il n'y a pas une véritable diversité au niveau des contenus culturels numériques effectivement consommés. Un retour à l'équilibre ne pourrait être envisagé qu'avec l'apparition et la distribution d'offres de contenu plus locales et hétérogènes qui valorisent « l'expérientiel » en créant une interaction entre l'œuvre et son public.

Soulignons pour finir que ce rapport fait écho à une autre étude réalisée par le Cabinet Kurt Salmon pour le Forum d'Avignon et publiée en décembre 2015. Elle explore le développement de la filière culturelle et créative à l'ère du numérique en faisant notamment état de la capacité sans cesse renouvelée des secteurs culturels et créatifs à innover et à proposer des modèles économiques hybrides et orientés autour des expériences culturelles engageantes des utilisateurs, afin de rester constamment en phase avec l'évolution du comportement de leurs publics et d'anticiper l'évolution des usages culturels.

Sources :

[http://trends.cmf-fmc.ca/media/uploads/reports/Keytrends4\\_-\\_FR\\_-\\_Final\\_04022016.pdf](http://trends.cmf-fmc.ca/media/uploads/reports/Keytrends4_-_FR_-_Final_04022016.pdf)

<http://www.pieuvre.ca/2016/02/03/societe-medias-fonds-rapport-2016/>

<http://www.forum-avignon.org/sites/default/files/editeur/2015-ForumAvignon-VF-13.pdf>

## Les bibliothèques numériques : pour un renouveau de l'accès à la culture et au savoir ?

Face aux métamorphoses rapides liées à l'avènement du numérique et en particulier d'Internet, les institutions culturelles traditionnelles comme les bibliothèques font face aujourd'hui plus que jamais à la nécessité de se réformer ou de se réinventer, en renouvelant leurs pratiques et en innovant dans leurs offres de services, afin de mieux s'adapter à l'évolution des attentes et usages du public. En effet, à l'heure de l'hypertexte, de l'hyper-choix, de la diversité des formats et supports, les bibliothèques sont interrogées dans leur capacité à pouvoir garantir un meilleur accès aux livres et aux œuvres culturelles, tout en favorisant une meilleure diffusion de la culture par le prolongement de l'expérience culturelle des usagers.

Si les années 2000 ont marqué une transformation des bibliothèques vers des médiathèques multimédia, avec des vagues de numérisation des fonds et catalogues ainsi que l'enrichissement des collections audiovisuelles, qui avaient pu contribuer à l'époque à une croissance de la fréquentation de ces espaces, nous avons assisté à partir de 2010 à une baisse progressive de cette fréquentation en lien avec l'élargissement de l'accès rendu possible grâce à la multiplicité des supports, des canaux et terminaux, notamment mobiles. Dans l'intervalle d'une décennie, les bibliothèques ont ainsi perdu le monopole de l'offre (quasi) gratuite d'information sur support en subissant la forte concurrence due au déploiement de l'offre des tablettes numériques, des liseuses et des e-books et à l'arrivée des catalogues et des plateformes en ligne tels que Kindle Unlimited d'Amazon, YouBoox ou YouScribe qui proposent un accès illimité par abonnement et la lecture en streaming de milliers de livres numériques et audio.

Cette nouvelle tendance liée à la dématérialisation du livre est certainement l'un des facteurs le plus important qui explique l'affaiblissement de la légitimité culturelle des bibliothèques du point de vue des usagers qui, grâce au numérique, ont la possibilité d'accéder à tout moment et à partir de n'importe quel endroit au contenu culturel de leur choix. De plus avec des plateformes de recommandations de livres telles que Goodreads.com ou ses principaux concurrents Shelfari et LibraryThing, les gens font davantage confiance à des recommandations venant d'un réseau social qu'ils développent eux-mêmes et en tirent une meilleure qualité de l'expérience-usager au détriment des choix d'acquisition et de sélection imposés par les bibliothécaires. Avec le développement des collections numériques, ceux-ci se sentent d'ailleurs dépossédés d'une grande partie de leur travail.

Malgré cette perte de légitimation, surtout auprès des jeunes publics, les bibliothèques et les bibliothécaires sont très outillés aujourd'hui grâce au numérique pour jouer un rôle incontournable dans la transmission de la culture et dans l'accès et la diffusion du savoir. Dans ce nouveau contexte, l'enjeu consiste pour eux à redéfinir leurs missions, objectifs et moyens en utilisant les outils et technologies numériques pour développer leur capacité à rester en phase avec les nouvelles attentes du public (notamment en matière de facilité d'accès aux contenus), et en accordant une attention plus grande aux jeunes publics tout en diversifiant leur offre de services numériques.

Dans plusieurs pays, cette réforme des institutions culturelles et notamment des bibliothèques à l'ère du numérique est déjà amorcée. L'enquête menée en 2005 par la Ligue des bibliothèques européennes de recherche (Liber) menée auprès de 78 bibliothèques dans 33 pays identifiait déjà à l'époque un certain nombre de changements introduits dans les bibliothèques pour simplifier l'organisation, développer de nouveaux services aux usagers ou développer les activités associant technologies et ressources numériques en ligne. L'arrivée des technologies numériques dans ces bibliothèques se traduisit notamment par la mise en place de départements pour le développement de la bibliothèque numérique avec des enjeux forts et pressants liés à la numérisation des œuvres pour faire face aux ambitions numériques des géants américains telles que Google, Microsoft, Amazon ou encore Apple.

De nombreuses bibliothèques nationales, comme la Bibliothèque nationale de France (BnF) souvent citée en exemple, se sont ainsi engagés dans l'amélioration des services aux usagers en améliorant l'accès à leurs collections par leur numérisation et leur diffusion sur le Web. Gallica, la bibliothèque numérique de la BnF a été d'ailleurs revue de fond en comble l'année dernière et propose désormais un nouveau graphisme, une amélioration des fonctionnalités de recherche et de consultation des documents, et une mise en valeur des collections numérisées grâce à des parcours destinés à un large public. Il est à souligner que les usagers de Gallica, surnommés les "Gallicanautes", ont été directement impliqués dans la conception du nouveau site. Ils ont pu notamment tester la nouvelle version pendant plusieurs mois sur la plateforme Gallica Labs. Leurs suggestions ont été prises en considération pour améliorer certaines fonctionnalités, assure la BnF. En 2014, 14 millions de visites ont été enregistrées sur le site numérique de la BnF. La page Facebook de Gallica compte près de 100.000 abonnés et son compte Twitter affiche plus de 35.000 suiveurs.

Le Royaume-Uni a également injecté de son côté plus de 25 millions de Livres sterling (environ 33 millions d'euros) sur une année pour créer et maintenir les bibliothèques numériques (Creaser, Hamblin, Davies, 2006). Par ailleurs, depuis avril 2013, six grandes bibliothèques britanniques ont obtenu le droit de collecter, de préserver et de mettre à disposition des informations en ligne dont les livres numériques. Dans le même temps, la bibliothèque nationale du Royaume-Uni, la British Library (BL) a entamé une opération de très grande envergure visant à récolter, enregistrer et indexer de nombreux contenus (des milliards de pages Web, de magazines et de livres électroniques) pour les stocker et les préserver pour les générations futures. La BL chercherait ainsi à centraliser la connaissance des livres et des ressources numériques en un même lieu pour servir la recherche. Le Royaume-Uni préparait cette opération depuis 2003, année de la ratification du *Legal Deposit Libraries Act*, qui autorise l'archivage de données numériques au titre de la préservation.

À l'échelle européenne, la bibliothèque numérique Europeana ([www.europeana.eu](http://www.europeana.eu)), qui a ouvert en 2008, permet l'accès à un large catalogue gratuit de 48 millions de ressources (livres, manuscrits, photos, peintures, archives de la télévision, films, sculptures, œuvres d'arts et enregistrements audio et vidéo,...) issues des collections numérisées de plus de 3 300 institutions européennes (bibliothèques, musées, archives, fonds audiovisuels), parmi lesquelles la Bibliothèque nationale de France ou le Louvre. La bibliothèque encourage la numérisation des catalogues, du patrimoine historique et des métadonnées culturelles des institutions nationales de l'UE. Huit ans après son lancement, la plateforme vient de relooker le design de son portail internet et a changé de nom pour devenir *Europeana Collections*. Cette stratégie de refonte du portail vise avant tout à offrir aux visiteurs une expérience de navigation à la fois plus agréable, plus facile et surtout plus structurée à travers ses nombreuses collections. La plateforme propose notamment des tris par thématique pour donner plus de visibilité à ses collections telles que Europeana Musique ou encore Europeana Histoire de l'art.

La plateforme annonce également avoir travaillé à l'amélioration de ses outils et filtres de recherche, et même avoir ajouté de nouvelles nuances pour la recherche d'images avec tonalité de couleur. Il est également possible de passer dorénavant plus de temps d'immersion dans le contenu culturel grâce à des aperçus grand format, des fonctions "zoom" pour les images haute-résolution, un bouton de lecture instantanée pour les sons et les vidéos, et même une nouvelle option de téléchargement. De plus, les informations liées au copyright sont clarifiées pour sensibiliser et responsabiliser les usagers de la plateforme sur ce qu'ils ont le droit de "faire" avec les textes des 3 millions d'articles de qualité supérieure sous licence libre qu'on peut retrouver dans cette bibliothèque numérique.

Récemment, en janvier 2016, le gouvernement égyptien a lancé la Banque de Connaissance d'Égypte (l'Egyptian Knowledge Bank ou EKB), une bibliothèque numérique réunissant les plus importantes maisons d'édition internationales, telles que National Geographic, Cambridge, Oxford, Reuters, et Britannica. Après une première journée, plus de 1,8 million de visiteurs ont été enregistrés en ligne sur la plateforme. Conçu comme un centre de connaissances et d'information en ligne centré sur les utilisateurs, cette bibliothèque numérique que l'Égypte revendique comme la plus grande bibliothèque au monde, contient un accès gratuit à des livres, des revues, de l'audio autant que de la vidéo, ainsi qu'une banque d'images et de logiciels. La plateforme est disponible en anglais et en arabe et accessible librement à toute personne qui souhaite y accéder à partir d'une adresse IP égyptienne.

Ces exemples montrent que les bibliothèques ont bien la capacité de se réinventer et d'être à l'avant-garde de la transmission du patrimoine culturel et du savoir à l'ère du numérique si elles misent constamment sur l'innovation en repensant leurs missions et en renforçant leurs compétences marketing pour mieux répondre aux nouvelles attentes du public en matière d'interaction, d'expérience et de services culturels. Les défis qui se présentent à ces institutions culturelles semblent davantage liés à l'anticipation des usages de demain et à la définition des stratégies de fidélisation, d'élargissement et de stimulation de l'engagement du public. Il faudra cependant veiller à ce que les futurs projets de numérisation du patrimoine culturel et historique répondant d'une mission de service public ne souffrent pas d'une mainmise des acteurs privés qui sont parfois tentés d'utiliser leur puissance financière pour couvrir les énormes coûts liés à ce genre de projets en exigeant en contrepartie des droits d'utilisation des données collectées.

#### Sources :

**Gaëlle Bequet**, 2013, L'organisation des bibliothèques nationales à l'épreuve du numérique, <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2013-06-0012-002>

**Pierre Barbagelata, Aude Inaudi et Maud Pelissier**, 2014, « Le numérique vecteur d'un renouveau des pratiques de lecture : leurre ou opportunité ? », *Études de communication* [En ligne], 43 | mis en ligne le 01 décembre 2014, <http://edc.revues.org/5965>

**Creaser, C., Hamblin, Y., & Davies, J.E.**, 2006, « An assessment of potential efficiency gains through online content use ». *Program: Electronic library and information systems*, 40 (2), pp. 178–189

**Jérôme Dinet**, 2009, Pour une conception centrée-utilisateurs des bibliothèques numériques. In *Communication & langages*, 2009, pp 59–74, [http://www.necplus.eu/abstract\\_S0336150009003068](http://www.necplus.eu/abstract_S0336150009003068)

**Suzanne Jouguelet**, 2006, « Organizational charts in a selection of LIBER libraries : analysis of current trends », *LIBER Quarterly*, vol. 16, no 3–4

**Claude Poissenot**, L'impératif renouveau des bibliothèques, 18 janvier 2016, <http://theconversation.com/limperatif-renouveau-des-bibliotheques-53004>

**EY**, Comment diffuseurs et institutions culturelles doivent-ils se réformer à l'ère du numérique, 2014, Étude Kurt Salmon pour le Forum d'Avignon, [http://www.forum-avignon.org/sites/default/files/editeur/2014-Forum\\_Avignon-FR\\_BD2.pdf](http://www.forum-avignon.org/sites/default/files/editeur/2014-Forum_Avignon-FR_BD2.pdf)

## L'écoute de la musique en ligne : Une rémunération inéquitable pour les créateurs

Les transformations subies par le marché de la musique depuis une quinzaine d'années débouchent aujourd'hui sur une domination des plateformes de streaming par rapport aux autres supports. Selon les données enregistrées par la Recording Industry Association of America (RIAA), l'écoute en ligne est devenue en 2015 (pour la première fois de l'histoire) la part la plus importante du marché de la musique aux États-Unis, avec 34,4% des revenus de l'industrie musicale, surpassant les ventes de contenus numériques (34,0 %) et les ventes physiques (28,8%).

Le succès de ces plateformes (comme Spotify, Apple Music, Tidal) s'explique entre autres par le fait qu'elles ont réussi à faire accepter aux utilisateurs qu'il n'était plus nécessaire d'être propriétaire d'un support physique pour accéder et consommer un titre musical et qu'ils avaient désormais la possibilité d'accéder de façon illimitée à un catalogue évolutif de milliers de titres musicaux qui peuvent être écoutés en continu, en contrepartie du paiement d'un abonnement abordable. D'ailleurs, les abonnements à des sites de musique en ligne ont représenté, à eux seuls, 1,2 milliard de dollars en 2015, soit une progression de 52 %. L'écoute gratuite en libre accès avec publicité a elle aussi connu une croissance soutenue (+31 %), tandis que les revenus dégagés par les radios Internet n'ont progressé que de 3 %.

Dans cet engouement généralisé pour l'écoute de la musique en ligne, le problème qui se pose est bien celui de la disproportion « *alarmante* » entre la faible croissance des revenus provenant des services sans abonnement (de loin les plus populaires) et la popularité de ceux-ci. Cette situation crée un déséquilibre entre les centaines de milliards de morceaux écoutés ou visionnés en ligne par le biais de plateformes comme YouTube, supportées par la publicité et les maigres revenus redistribués, et les auteurs et créateurs d'œuvres musicales. À titre d'illustration, il faudrait écouter un million de fois un titre d'Adèle en streaming gratuit pour que celle-ci touche seulement 100 euros. Une étude publiée récemment par l'ADAMI (société française de gestion des artistes-interprètes) montre ainsi que les diffusions payantes ou gratuites d'un artiste en streaming (Youtube, Deezer, Spotify, Apple Music...) ne représentent pas grand-chose, même pour les artistes les plus célèbres qui génèrent le buzz ou ceux qui sont favorisés par le star-system.

S'exprimant au nom de la communauté de la musique, Cary Sherman, le président de la RIAA, estime à ce sujet que les géants de la technologie se sont enrichis aux dépens de ceux qui ont effectivement créé la musique et dénonce une « aspiration de la valeur », parce que ces sociétés tirent avantage de lois et règlements archaïques qui sont source d'une distorsion de la concurrence pour payer moins que les prix du marché ou ne pas payer du tout. Pour illustrer son propos, Cary Sherman rappelle qu'en 2015 les ventes de 17 millions de disques vinyle ont rapporté 416 millions de dollars, montant qui dépasse, en valeur, les revenus (385 millions de dollars) tirés de milliards et de milliards d'écoutes en ligne sur des plateformes gratuites et sans abonnement, « comme YouTube ». La situation est si préoccupante qu'une centaine d'artisans de la musique incluant 57 artistes dont Christina Aguilera, Bon Jovi et Katy Perry ont signé une lettre directement adressée au *U.S. Copyright Office* (le bureau des droits d'auteurs) afin de faire changer les lois en matière de droit numérique. Si personne ne conteste l'intérêt des services de lecture en continu qui proposent une formule très attrayante aux mélomanes, le problème des redevances que touchent les artistes pour la diffusion de leurs œuvres sur ces plateformes de streaming devient crucial.

En guise de solutions, l'idée de faire contribuer les fournisseurs d'Internet haute vitesse, à partir des énormes marges de bénéfices qu'ils font sur les ventes de services d'abonnements des utilisateurs, refait surface.

Certains acteurs de l'industrie suggèrent également d'envisager la possibilité de taxer les appareils connectés ou les supports comme les iPod, tout en encourageant parallèlement l'achat de disques physiques ou numériques qui permettent d'assurer aux créateurs une part plus importante de redevances. Par ailleurs, il serait opportun et utile que les labels et les majors de la musique, qui représentent 80% du secteur (Universal Music, Sony Music et Warner Music), puissent se concerter et créer une alliance avec les sociétés de gestion collective et les entreprises technologiques afin de mettre en place un catalogue unique des titres musicaux légaux, sur la base de métadonnées standardisées, interopérables et répondant à d'importants enjeux de traçabilité, de suivi et de monétisation en ligne des œuvres, ainsi que le versement de redevances sur la base d'un système de rémunération plus équitable pour les auteurs et créateurs.

Sources :

**Stéphane Boukris**, « Pourquoi il faut libérer la musique numérique », *Challenges*, 8 avril 2016,

<http://www.challenges.fr/tribunes/20160408.CHA7613/pourquoi-il-faut-liberer-la-musique-numerique.html>

**Guillaume Bourgault--Côté**, « Un buffet qui laisse des miettes pour les artistes », *Le Devoir*, 2 avril 2016,

<http://www.ledevoir.com/societe/actualites-en-societe/467117/un-buffet-qui-laisse-des-miettes-pour-les-artistes>

**Agence France Presse (AFP New-York)**, « Musique : l'écoute en ligne est maintenant la première source de revenus », *La Presse*, 22 mars 2016,

<http://techno.lapresse.ca/nouvelles/internet/201603/22/01-4963481-musique-lecoute-en-ligne-est-maintenant-la-premiere-source-de-revenus.php>

## Le secteur audiovisuel africain à l'ère du numérique : Des promesses de visibilité accrue pour le contenu « *Made in Africa* »

Le secteur audiovisuel africain s'est beaucoup modernisé au cours des dernières années, grâce notamment à la production et à l'exportation, à travers le continent et le monde, de contenus originaux, favorisant la conquête de nouveaux publics. Dans un contexte marqué par la transition numérique, le contenu audiovisuel africain présente dorénavant de fortes potentialités de monétisation et attire de plus en plus d'investisseurs, au même moment où on constate une augmentation de l'équipement des ménages africains en téléviseurs. En effet, 110 millions de foyers africains sont équipés d'un téléviseur et les professionnels du secteur estiment qu'il y aura une augmentation de 20 millions de postes d'ici à 2020, rien qu'en Afrique subsaharienne. Par ailleurs, la vente et l'achat de contenu télévisuel représenteraient aujourd'hui près d'un milliard de dollars sur le continent, soit deux fois plus qu'il y a trois ans. De plus, depuis juin 2015, le processus du passage du signal analogique vers la diffusion numérique terrestre a également suscité l'intérêt des éditeurs de contenus (notamment les éditeurs internationaux) et des opérateurs et distributeurs de signal. Le passage à la Télévision Numérique Terrestre (TNT) est supposé ainsi augmenter la qualité technique, le nombre de chaînes, la diversification des programmes ainsi que l'accessibilité géographique, économique et surtout culturelle des contenus audiovisuels.

Bien que le processus de déploiement de la TNT soit retardé par quelques obstacles en raison des énormes coûts d'investissements en infrastructures, des complexités des choix technologiques, de l'absence d'un cadre réglementaire, le secteur audiovisuel africain est de plus en plus attractif compte tenu du fait que la migration vers le numérique constitue un facteur potentiel de croissance de l'offre en matière de télévision payante.

Une étude britannique sur la TNT rapportait récemment qu'on comptera 26,65 millions d'abonnés à la télévision payante au sud du Sahara en 2020, contre 11 millions fin 2013. Le secteur de la télévision payante connaît déjà une augmentation de 69% sur le continent entre 2013 et 2016 et on estime que les revenus générés passeront de 3,17 (en 2013) à 5,35 milliards de dollars d'ici 2010 (soit une augmentation de 2,3 à 4,8 milliards d'euros environ). Ces perspectives économiques expliquent la concurrence féroce et la bataille auxquelles se livrent les opérateurs locaux et internationaux aussi bien pour des enjeux liés au contrôle de la diffusion des contenus que pour les investissements dans des productions locales ou nationales.

Au regard de cette nouvelle configuration du marché audiovisuel africain et compte tenu de la pénétration et du positionnement de nouveaux acteurs, on se demande à quel point ces dynamiques affectent les enjeux liés à la diversité des expressions culturelles nationales. La rivalité entre les télévisions internationales et les

télévisions nationales semble *a priori* constituer une menace pour les contenus locaux. En effet, les chaînes internationales, disposant de plus de ressources liées à la publicité et à la qualité des contenus, réussissent à capter une part conséquente et croissante de l'audience des chaînes nationales africaines, en misant notamment sur des créneaux très porteurs tels que des programmes de divertissement, en particulier les feuilletons ou séries tels que les «Télénovelas» brésiliennes ou les mélodrames et romances produites par Bollywood. La question du soutien de la production nationale ou locale devient dès lors très préoccupante et des pays comme l'Ouganda envisagent d'imposer des quotas de productions nationales et des quotas de diffusion de 70% de programmes et de contenus nationaux ou locaux pour les chaînes *Free To Air* (FTA ou chaînes en accès libre, ne nécessitant pas d'abonnement payant) et 20% aux chaînes payantes, souvent étrangères.

Plusieurs grandes chaînes internationales comme France 24, BBC, Al Jazeera, Trace TV et Canal+ ont anticipé cette situation en offrant des contenus adaptés à l'Afrique et en multipliant l'édition de nouveaux programmes ciblant spécifiquement les publics africains. C'est le cas de Canal+ qui a lancé A+ (une chaîne spécifiquement africaine) et qui s'est engagé à financer la suite de la fameuse série ivoirienne à succès («*Ma famille*») en l'élargissant aux acteurs des pays voisins. De son côté, Euronews a lancé une chaîne d'information continue diffusant un contenu 100% africain dans 32 pays subsahariens via les réseaux satellites de Canal+ Afrique et de Startimes, le géant chinois de l'audiovisuel qui s'est lancé depuis quelques années à la conquête de l'Afrique. La stratégie de pénétration rapide du groupe chinois sur le marché de l'audiovisuel africain est d'ailleurs assez édifiant. Fort d'une trentaine de chaînes en propres et de plus de 30 000 heures de programmes, le groupe qui possède des bureaux dans 34 pays africains annonçait à travers un communiqué en juin dernier qu'il comptait désormais près de 8 millions d'abonnés à ses différentes chaînes de télé distribuées dans 16 pays africains. Par ailleurs, Startimes multiplie ses opérations de séduction envers les dirigeants africains auxquels il propose son expertise dans le domaine de la TNT, avec une solution globale qui intègre le financement et les infrastructures. Le groupe a ainsi réussi à garantir environ 2,5 milliards de dollars de contrats déjà signés afin de conduire la migration de l'analogique au numérique dans une dizaine de pays africains. Il ambitionne également de rivaliser avec l'offre de Canal+ en Afrique de l'Ouest et se prépare d'ici fin septembre à lancer simultanément ses bouquets de chaînes de télévision par satellite en Côte d'Ivoire et au Cameroun. Pour conquérir des abonnés africains, StarTimes a d'abord passé des accords d'exclusivité avec iRokoTV (l'une des plus grandes plateformes de vidéo à la demande sur le continent, spécialisée dans les films africains, notamment les films nigériens de Nollywood). StarTimes a également misé sur un modèle axé sur une offre de décodeurs à prix subventionné (ne dépassant pas les 10 dollars pour les propriétaires de postes de télévision), avec un bouquet de 30 chaînes, y compris locales, pour deux à trois dollars mensuels ; et des programmes sportifs en option, à prix tout aussi attractifs (en particulier la retransmission des matchs de soccer pour lesquels le groupe chinois détient l'exclusivité de diffusion sur le continent pour cinq ans).

Dans la bataille des contenus, les programmes africains (surtout ceux de l'Afrique anglophone) commencent par avoir une certaine visibilité sur le marché des programmes, avec une nette amélioration de la qualité de la production, comparativement à la situation qui prévalait il y a une dizaine d'années. Si ce développement des productions africaines de bonne qualité contribue d'une certaine manière à la promotion et à l'accessibilité de la diversité des expressions culturelles africaines, il est à noter que la majorité de la valeur ajoutée dégagée lors de la diffusion de ces programmes revient aux investisseurs étrangers et non pas aux producteurs locaux ou nationaux. Bien que dénoncée par certains professionnels du secteur audiovisuel africain, cette situation s'explique par le fait que ce sont les chaînes à capitaux étrangers qui investissent le plus dans la diffusion de ces contenus et programmes «*Made In Africa*» sur le continent et qui contribuent ainsi à dynamiser la production locale, sachant que les télévisions nationales ou locales manquent de moyens pour produire ou pour se procurer ces programmes.

Pour dynamiser et valoriser la production audiovisuelle des pays d'Afrique francophone, l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF) a lancé en 2014 un projet dénommé « Capital numérique », voué à la

renaissance du patrimoine audiovisuel de ces pays et bénéficiant du soutien du Programme ACPCultures+. Ce programme vise à remettre en circulation des centaines d'œuvres numérisées par la Bibliothèque Nationale de France (BNF). Il s'agit de films et de séries télévisées soutenus par le Fonds francophone de production audiovisuelle du Sud depuis 25 ans et qui, dans le cadre du projet, pourront connaître une nouvelle diffusion, grâce à la société Côte Ouest Audiovisuel, premier fournisseur de programmes d'Afrique francophone. Le projet contribuera également à la mise en place d'un cadre juridique propice à la sauvegarde du patrimoine audiovisuel, en soutenant l'Union Economique et Monétaire Ouest-Africaine (UEMOA) dans son chantier d'harmonisation des législations sur le droit d'auteur dans ses huit États membres, dans le but ultime de faire adopter une directive instaurant le dépôt légal audiovisuel.

À l'ère du numérique et de la convergence entre Internet, téléphonie et audiovisuel, il y a donc de véritables opportunités de rentabiliser et de valoriser la diffusion et la distribution du contenu télévisuel africain. Le principal défi pour les producteurs africains est de miser sur la production de contenus culturels originaux contextualisés et de qualité, avec une diffusion via de multiples canaux, de sorte à s'affranchir de la dépendance vis-à-vis des diffuseurs internationaux ou des subventions pour des coproductions.

Les chaînes de télévision en Afrique gagneraient quant à elles à comprendre et à s'adapter aux attentes et aux besoins des publics africains, en investissant dans la production de films locaux ou de séries reflétant les réalités socio-culturelles africaines. Elles devraient également avoir des relais sur le Web, en concluant des accords avec des Web TV ou en s'associant à des plateformes internationales (Netflix) ou régionales de vidéo à la demande proposant des contenu africains (IrokoTV, AfrostreamTV, AfricafilmTV,...).

Enfin, il importe d'anticiper la prochaine révolution du marché du film sur mobile dans un contexte marqué par le déploiement des réseaux mobiles 5G et par le lancement récent par Facebook d'un satellite avec SpaceX pour offrir un Internet à bas prix pour les Africains. Ajoutées au boom des Smartphones et des échanges de fichiers à travers des applications, ces avancées contribueront à accélérer les usages mobiles des Africains et c'est ainsi toute la consommation de contenus culturels sur le continent qui en sera bouleversée.

**Sources :**

[http://afrique.lepoint.fr/culture/discop-abidjan-quand-l-audiovisuel-africain-fait-du-chiffre-03-06-2016-2044251\\_2256.php](http://afrique.lepoint.fr/culture/discop-abidjan-quand-l-audiovisuel-africain-fait-du-chiffre-03-06-2016-2044251_2256.php)

[http://www.lemonde.fr/afrique/article/2016/02/01/irokotv-part-a-l-assaut-du-marche-africain-de-la-video-sur-smartphone\\_4856998\\_3212.html#8ae5D8T5fe2dHtxH.99](http://www.lemonde.fr/afrique/article/2016/02/01/irokotv-part-a-l-assaut-du-marche-africain-de-la-video-sur-smartphone_4856998_3212.html#8ae5D8T5fe2dHtxH.99)

<http://www.lejournaleconomique.com/2016/07/18/afrique-une-television-en-transition/>

## Partie III

### Vers le renouvellement ou l'adaptation des politiques culturelles au numérique

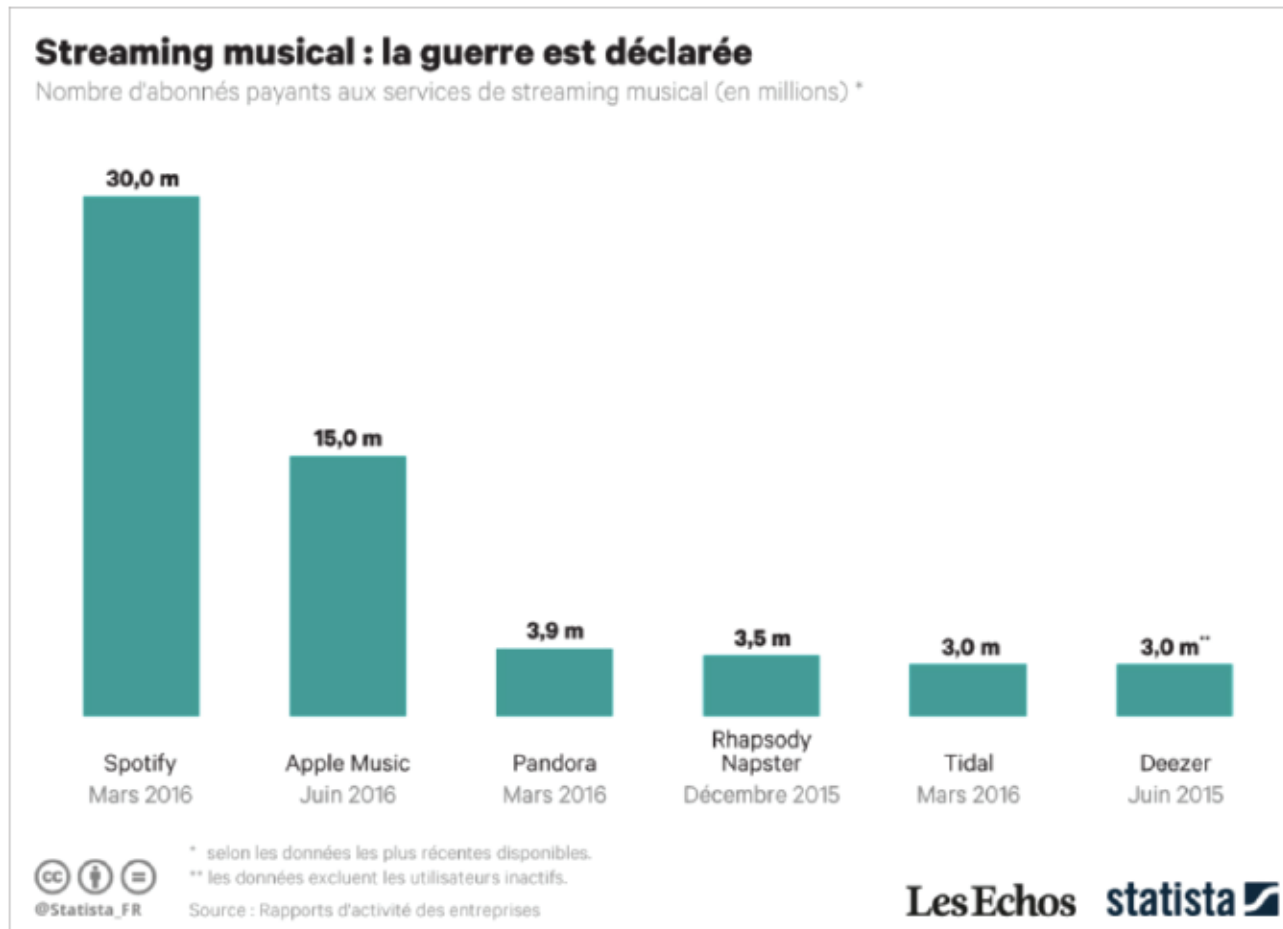
## La régulation des relations culture-commerce à l'épreuve de l'expansion mondiale de l'économie numérique : Quelles réponses des États ?

L'opposition qui existe entre culture et commerce tend de plus en plus à se dissiper, notamment depuis que les plateformes numériques et leurs algorithmes contribuent à la circulation, à la commercialisation (mise en marché) et à la consommation de produits culturels. Le dépassement de l'opposition entre la culture et le commerce s'impose alors comme une évidence puisque le numérique permet de lier ces deux notions en redonnant à l'acte de consommation culturelle une finalité de divertissement (qui va au-delà de la nature artistique et de la fonction purement «culturelle» ou «identitaire» des œuvres) tout en facilitant la rencontre entre les œuvres et leur public. Ce faisant, le numérique contribue également à augmenter la valeur ajoutée commerciale des œuvres culturelles diffusées ou distribuées en ligne ou via des supports numériques et offre de nombreuses opportunités liées à leur monétisation. Cependant, dans un contexte d'expansion rapide de l'économie numérique mondiale, soutenue par le développement de grandes plateformes numériques de diffusion et de distribution en ligne de contenus culturels, l'intensification des interactions entre culture et commerce représente un véritable défi pour la diversité des expressions culturelles, notamment au regard des risques de domination d'une culture de masse standardisée et aussi compte tenu des déséquilibres observés entre pays riches et pays pauvres en ce qui concerne les flux d'échanges commerciaux de biens et services culturels transitant via le numérique.

Ainsi, au-delà du débat qui met en exergue les fortes divergences de position entre l'Union européenne (UE) et les États-Unis vis-à-vis de la libéralisation des biens et services culturels numériques (notamment dans le cadre des négociations d'accords commerciaux bilatéraux de libre-échange), la communauté internationale se préoccupe davantage de l'écrasante domination des entreprises multinationales du numérique (en particulier Google (YouTube), Apple (iTunes), Facebook, Amazon, mais aussi Netflix) qui sont désormais des intermédiaires incontournables de la diffusion culturelle au niveau international. On s'interroge si ces plateformes constituent une opportunité ou plutôt une menace pour les créateurs locaux et si leurs catalogues proposent des contenus diversifiés, notamment en tenant compte de la part des contenus étrangers ou internationaux par rapport aux contenus locaux/nationaux présents ou disponibles. Par ailleurs, la question de la contribution de ces plateformes au financement de la production culturelle locale ou nationale ainsi que la juste rémunération des artistes locaux dont les œuvres sont distribuées sur ces plateformes constituent également des défis majeurs qui interpellent les pouvoirs publics. Face à ces interrogations et à ces défis, plusieurs gouvernements se battent pour protéger et promouvoir leurs cultures nationales tout en préservant leur souveraineté en matière de renouvellement ou d'adaptation de politiques culturelles à l'ère numérique. Les réponses ou stratégies préconisées varient d'un État à l'autre. Certains prennent des mesures protectionnistes (taxes, quotas,...) tandis que d'autres favorisent davantage la libre circulation transfrontière des biens et services culturels, sans chercher à réguler l'activité des plateformes numériques ; d'autres encore optent pour une approche plus pragmatique en continuant à s'appuyer sur les lois existantes. Enfin, certains gouvernements restent indécis et préfèrent recourir à des consultations publiques.

## L'expansion rapide de l'économie numérique mondiale et les défis pour la protection de la diversité des expressions culturelles à l'ère du numérique

En l'espace de deux décennies, on a pu assister à un processus rapide de numérisation de l'économie, se manifestant par un modèle économique et technique basé sur le développement de plateformes, d'applications et de services numériques ayant engendré de nouvelles formes de rapports économiques désintermédiés qui affectent toutes les industries, en particulier les industries médiatiques et les industries culturelles et créatives. Ces dernières subissent actuellement les effets liés au déplacement des chaînes de valeur des marchés numériques, des infrastructures de réseaux vers les contenus ; de la production vers la diffusion/distribution, de la rareté vers l'abondance (tant en ce qui touche l'offre que la demande).



La prise de pouvoir et la croissance exponentielle<sup>8</sup> des plateformes numériques se matérialisent par les rentes monopolistiques provenant de la captation des flux de valeur et de données culturelles par de nouveaux entrants qui tirent profit des effets de réseaux et de masse critique sur des marchés englobants (phénomène du «winner takes all»). En effet, les produits culturels numériques (livres numériques, musique, vidéos, jeux) constituent de loin la plus grande source de revenus captés par les acteurs de l'économie numérique. Ces produits culturels ont par exemple généré 66 milliards de dollars de ventes aux consommateurs en 2013 et 21,7 milliards de recettes publicitaires pour les médias en ligne et les sites de streaming gratuits tels que YouTube. Quant aux biens culturels physiques vendus sur Internet, ils ont généré la même année 26 milliards de dollars de ventes (EY, CISAC, 2015).

Cependant, plus l'économie numérique se globalise, plus les géants du numérique concentrent d'importantes parts du marché culturel et plus la question de la diversité de l'offre culturelle diffusée ou distribuée en ligne se pose avec acuité. À titre d'exemple, Spotify et Apple iTunes contrôlent à eux deux plus de 75% du marché du

<sup>8</sup> Cf. Kutcher E., Nottebohm O. et Sprague K. (2014), *Grow Fast or Die Slow*, McKinsey Global Institute.  
<http://www.mckinsey.com/industries/high-tech/our-insights/grow-fast-or-die-slow>


streaming musical, tandis que Netflix règne en maître sur la distribution numérique des films un peu partout dans le monde, et dans le secteur de la distribution des eBooks, les deux géants Amazon et Apple se partagent la plus grande part du gâteau. L'économie numérique semble donc contribuer à renforcer l'émergence d'un nouveau système mondial de cultures en réseaux qui peut être qualifiée d'«hyperculture globalisée et transnationale», fragilisant profondément les équilibres et les bases saines sur lesquelles ont été construites les interactions entre culture et commerce.

Une étude, commandée par le Groupement européen des sociétés d'auteurs et compositeurs (Gesac) et publiée par le cabinet Roland Berger à la fin septembre 2016, révèle que les grands acteurs du Net tirent près d'un quart de leurs revenus des produits culturels au détriment des créateurs et des ayants-droits qui ne profitent pas véritablement des retombées économiques liées à la diffusion et à la distribution en ligne de leurs œuvres. L'étude précise que les produits culturels (musique, presse, télévision, cinéma, livres, jeux vidéo) consommés de manière légale en France ont rapporté près de 500 millions d'euros aux grands acteurs du Net (Google, Facebook, YouTube), soit 23 % de leurs revenus en 2014. Sur la même période, leur chiffre d'affaires total est estimé à 2,1 milliards d'euros par le cabinet. Au niveau européen, le chiffre d'affaires des grands acteurs du Web est évalué à 21,985 milliards d'euros<sup>9</sup>. Par ailleurs, les contenus culturels européens participent directement à 23 % de la création de revenus des intermédiaires, et 40 % indirectement. Ce sont ainsi 5 milliards d'euros que Google et ses épigones ont engrangés directement grâce au trafic et aux liens sponsorisés, consultés tous les jours par les internautes en Europe. Proportionnellement, ce sont les plates-formes vidéos et les agrégateurs de contenus qui dépendent le plus, pour leurs revenus, des industries culturelles. Celles-ci représentent respectivement 66 % et 75 % de leurs chiffres d'affaires en France et en Europe, selon l'étude. Sur Facebook, 39 % des contenus publiés ou partagés en France sont liés à ces mêmes produits culturels (51 % en Europe) et sur Google, environ 19 % des clics sur liens sponsorisés dirigent vers des pages liées à eux (18 % pour l'Europe).


Il s'agit là de véritables rapports asymétriques qui, en perdurant, risquent de véritablement porter atteinte à la création. En effet, la menace devient réelle pour la survie des industries culturelles et une intervention de la puissance publique pour rééquilibrer ces rapports est requise.


## **Exemples de réponses des États et des autorités de régulation à travers le monde**

En permettant la diffusion massive des contenus culturels en ligne, les plateformes numériques ont certainement réussi là où de nombreuses politiques culturelles nationales ont montré leurs limites. En effet, l'abondance de l'offre culturelle en ligne semble aujourd'hui compenser les lacunes ou l'incapacité des États à assurer une véritable démocratisation culturelle, en soutenant la production, la diffusion et l'accessibilité pour tous à des biens et services culturels à bas coût. Cependant, c'est cette diffusion massive de la culture via de nouveaux supports, plateformes et réseaux qui est la principale cause des problèmes de financement de la culture et de la création, incitant de nombreux pays à prendre des mesures pour faire face à ce défi. Voici quelques exemples de réponses des pouvoirs publics et des autorités de régulation prises récemment.


 **En Australie :** La «Netflix Tax» introduite dans le budget 2015-2016 vise à étendre la perception de la taxe de vente à la fourniture transfrontalière de biens et services numériques importés par les consommateurs. Si la mesure est appliquée, elle se basera sur la localisation du consommateur, et sera effective le 1er juillet 2017. La mesure est destinée à augmenter les recettes et à imposer les mêmes conditions aux entreprises locales et étrangères.

<sup>9</sup> Google se taille la part du lion avec 15,47 milliards d'euros et Facebook atteint 2,45 milliards d'euros de revenus sur le Vieux Continent. Loin devant la plate-forme de vidéo YouTube, propriété de Google, et ses 720 millions d'euros de chiffre d'affaires.

 **En Nouvelle-Zélande** : Depuis le 1er octobre dernier la « taxe Netflix » est en vigueur. Il s'agit d'une taxe de 15 % qui s'applique sur les services tels que les téléchargements de livres électroniques, de musique et de vidéo. Il a été constaté que les prestataires neo-zélandais étaient désavantagés parce qu'ils devaient appliquer la taxe de 15 % à leurs services, alors que les prestataires étrangers n'y étaient pas obligés.

 **En France** : La Commission des finances de l'Assemblée nationale a adopté fin novembre 2016 un amendement au projet de loi de finances rectificatives pour 2016 (PLFR2016) proposant d'instaurer une taxe de 2% sur les revenus publicitaires des sites Internet mettant à disposition des vidéos en ligne gratuitement ou non<sup>10</sup>. Dans la législation actuelle, cette taxe, au taux de 2%, ne s'appliquait jusqu'ici que sur le prix des ventes et locations payées par les utilisateurs. Les plateformes de type YouTube et DailyMotion qui proposent des vidéos gratuitement en se rémunérant grâce à la publicité sont actuellement exonérées de cette taxe qui permet le financement de la création audiovisuelle. L'amendement propose, en conséquence, que cette taxe soit élargie à tous les opérateurs, quel que soit leur lieu d'établissement, qui offrent un service en France qui donne accès gratuitement ou non à des œuvres cinématographiques ou audiovisuelles<sup>11</sup>. En réalité, il s'agirait pour YouTube de payer bien moins que 2 %, puisque le texte prévoit un abattement des deux tiers « pour les services donnant ou permettant l'accès à des contenus audiovisuels créés par des utilisateurs privés à des fins de partage et d'échanges au sein de communautés d'intérêt », ce qui permet de ne pas taxer les revenus touchés par l'internaute au titre du partage des revenus publicitaires. Un service comme Netflix ou iTunes, en revanche, paierait bien 2 % sur l'intégralité des sommes perçues (après un léger abattement de 4 %, pour être tout à fait précis).

Cette extension de la taxe vidéo, surnommée dorénavant «Taxe YouTube», se justifie pleinement afin de rétablir l'équité fiscale entre les plateformes gratuites et payantes et entre acteurs nationaux et étrangers, notamment américains. En effet, rien ne justifie que la diffusion d'une œuvre soit taxée lorsqu'elle est disponible sur une plateforme de télévision à la demande, ou un service de vidéo à la demande, et que sa diffusion sur une plateforme gratuite ne génère aucun revenu finançant la création. Cette taxe permettra notamment d'alimenter le fonds du Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) qui a vocation à soutenir toutes les nouvelles créations qui ne transitent pas par les canaux traditionnels de la diffusion.

 **En Europe** : La taxe à la valeur ajoutée (TVA) sur les services numériques (services de télécommunication, de radiodiffusion, de télévision et services électroniques - téléphonie fixe ou mobile, fourniture d'accès à Internet, vidéos à la demande, jeux vidéos dématérialisés, livres électroniques) est calculée d'après le lieu de résidence du consommateur depuis le 1er janvier 2015. (La Norvège, la Corée du Sud et l'Afrique du Sud ont un régime de taxe de vente comparable pour les services numériques). La Commission européenne vient de proposer de nouvelles règles fiscales destinées à encourager le commerce électronique dans les 28 pays de l'UE. En effet, l'exécutif européen veut faciliter les démarches administratives des entreprises en introduisant un portail (guichet unique) au niveau de l'UE pour les paiements de TVA en ligne. L'idée consiste à appliquer le taux de TVA en vigueur dans le pays de l'acheteur. Pour tous les biens matériels et services proposés en ligne aux particuliers, le vendeur pourra, selon cette proposition, s'adresser à un « mini-guichet unique » dans son pays qui permettra de déclarer et d'acquitter globalement la TVA due dans l'ensemble des Etats membres de l'UE. Cette proposition devrait permettre aux entreprises dans toute l'UE d'économiser 2,3 milliards d'euros par an. La Commission compte également simplifier les règles de TVA pour les start-up et les microentreprises qui effectuent des ventes en ligne<sup>12</sup>. Par ailleurs l'exécutif européen remet également en cause l'exemption de TVA dont bénéficient les entreprises non-européennes vendant en ligne des produits d'une

<sup>10</sup> Un amendement analogue avait été proposé et rejeté dans le cadre des discussions sur le projet de loi des finances pour 2017.


<sup>11</sup> L'exposé des motifs de l'amendement précise que la taxe concernera : 1) les éditeurs de services médias audiovisuels à la demande (comme Universciné ou iTunes) et 2) les plateformes communautaires (du type YouTube ou DailyMotion), dès lors qu'elles permettent d'accéder à des contenus audiovisuels.

<sup>12</sup> Avec la nouvelle proposition de la Commission, la TVA due sur des ventes transfrontières d'un montant inférieur à 10. 000 euros sera gérée au niveau national.

valeur inférieure à 22 euros. Enfin, une proposition majeure concernant le monde du livre vise à appliquer le même taux de TVA sur les publications électroniques (livres électroniques et les journaux en ligne) que leurs équivalents papiers ou imprimés. En effet, pour Pierre Moscovici : « rien ne justifie cette différence en 2016: un livre est un livre, un journal, un journal, quel que soit le support. C'est l'un des freins au développement de l'économie numérique que la Commission s'était engagée à lever au printemps dernier »<sup>13</sup>. Toutes ces propositions devront encore être approuvées, voire amendées, par les 28 États membres<sup>14</sup>.

Outre ces nouvelles règles relatives au commerce électronique, rappelons que la Commission européenne avait déjà amorcé d'autres réformes importantes, telles que celles relatives aux droits d'auteur et aux services de médias audiovisuels (SMA). La réforme européenne des droits d'auteur envisage d'élargir l'accès aux contenus audiovisuels au sein de l'Union à travers une diffusion transfrontalière en ligne, et sans blocage géographique susceptible d'entraver le projet du « marché unique numérique ». Cependant, ce projet de réforme met particulièrement le monde de l'audiovisuel en émoi, puisqu'il donne la possibilité aux radiodiffuseurs et aux opérateurs de services de retransmission, tels que les fournisseurs d'IPTV, d'offrir un accès transfrontière aux programmes de télévision et de radio. Ceci pourrait remettre en cause le principe de « territorialité des droits », qui permet aux ayants-droit de négocier pays par pays la diffusion de leurs oeuvres. D'ailleurs, d'après les opposants à ce projet de réforme, mettre fin à la territorialité constituerait une « catastrophe » pour l'industrie de la création, puisque c'est la vente des droits territoire par territoire qui permet de financer des programmes originaux et de tirer des recettes de l'exportation de ces programmes ou de ces œuvres (qui, parfois, sont certes moins rentables et disposent généralement d'une faible notoriété hors de leur pays d'origine) tout en favorisant la promotion et la préservation de la diversité des expressions culturelles.

Quant au chantier de révision de la directive relative aux services des médias audiovisuels, les ministres européens en charge de l'audiovisuel ont exprimé des positions divergentes à la sortie de leur dernière réunion qui s'est tenue le 22 novembre dernier à Bruxelles. Pour illustrer ces divergences, mentionnons le fait que les ministres néerlandais et luxembourgeois perçoivent l'introduction d'un prélèvement sur les services de vidéos à la demande (VOD) dans le pays de destination comme une menace susceptible d'accroître la fragmentation du marché unique de l'audiovisuel. Ces pays sont donc plutôt attachés au principe du pays d'origine, tandis que du côté de la France, de l'Irlande, de l'Espagne, de la Grèce, du Portugal, de la Roumanie et de la Slovaquie, on plaide pour l'inclusion du principe du pays ciblé/destinataire et l'idée d'imposer des quotas de contenus et des contributions financières aux services VOD (même lorsqu'ils sont établis dans un autre État membre de l'UE) est très bien défendue par ces pays. La France préconise par exemple que le quota de 20% d'œuvres européennes que la Commission européenne propose d'imposer aux plateformes comme Netflix soit revu à la hausse pour atteindre 40%, voire 50%. Pour la Roumanie qui soutient cette proposition, ce quota devrait même être assorti de mesures complémentaires pour assurer la mise en avant des œuvres et des contenus européens dans les catalogues des plateformes ciblées. L'avis du Parlement européen étant attendu en février, les débats sur cette question devraient se poursuivre entre les gouvernements nationaux et les principales institutions européennes.

 **Aux États-Unis :** Depuis quelque temps, plusieurs villes américaines souhaitent que Netflix soit taxé comme les compagnies qui distribuent la télé par câble. En septembre 2015, la ville de Chicago a étendu l'application de sa taxe de divertissement de 9%, qui s'appliquait uniquement aux billets de cinéma, aux concerts et aux événements sportifs, à une gamme plus étendue de services en ligne (musique et vidéo en continu) afin de compenser la baisse de recettes fiscales. Cette taxe a été baptisée « cloud tax » ou la taxe sur les services infonuagiques. La ville de Pasadena ainsi que des dizaines d'autres villes en

---

<sup>13</sup> Rappelons que la France fut condamnée par la Cour de Justice de l'Union européenne le 5 mars 2015, mais cette reconnaissance de l'infraction ne fut jamais accompagnée de sanctions. La France avait choisi de tenir bon, et de ne pas augmenter son taux de TVA sur l'ebook. En effet, dans le contexte d'une réforme ayant trait au numérique et aux nouvelles pratiques culturelles, maintenir un taux de TVA élevé sur les livres numériques, et les considérer comme des services, n'était pas tenable par la Commission.

<sup>14</sup> L'unanimité est la règle en matière fiscale dans l'UE ; ce qui rend toujours difficile les réformes dans ce domaine.

Californie se demandent actuellement si les plateformes de VOD Hulu et Netflix ne devraient pas être soumises au code municipal qui fixe les taxes locales imposées à tous ceux qui sont abonnés au câble. L'été dernier (août 2016), l'État de Pennsylvanie a également décidé d'imposer une « taxe Netflix », qui consiste en une taxe de vente de 6 % sur les téléchargements numériques et les abonnements aux services de streaming.

**🇨🇦 Au Canada :** Le Canada et le Québec sont en plein processus de renouvellement de leur politique culturelle et de leur stratégie numérique. Une série de consultations publiques vient d'avoir lieu à travers tout le pays. Si on a pu noter jusqu'à présent d'importantes réticences de la part des autorités politiques canadiennes à l'idée de faire appliquer une mesure fiscale (taxe) à l'endroit des fournisseurs d'accès Internet (taxe sur la bande passante) ou des plateformes de diffusion numérique (taxes de vente), il semble qu'elles se penchent désormais un peu plus sur des mesures telles que la présence et la diffusion d'un quota minimum de contenus sur les plateformes étrangères. Sans chercher tout de suite à imposer de « taxe Netflix » pour financer la production de contenu canadien, la ministre fédérale du Patrimoine canadien, Mélanie Joly, dit vouloir « discuter » avec Netflix afin de hausser son contenu canadien. « Nous avons été clairs que nous n'étions pas en faveur d'une taxe [Netflix], nous l'avons dit durant la campagne et nous n'allons pas changer notre position là-dessus. Nous allons avoir une conversation avec les différents Netflix de [ce monde] pour discuter sur comment ils peuvent éventuellement contribuer au contenu canadien dans une ère numérique », a dit la ministre Joly en entrevue à *La Presse*. Le Gouvernement Trudeau souhaiterait donc dans un premier temps profiter de sa réforme de la politique culturelle fédérale pour exiger de Netflix qu'il produise davantage de contenu canadien ou qu'il le rende plus visible sur sa plateforme.

Dans une entrevue qu'il a accordée récemment à *La Presse*, le président du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a déclaré, quant à lui, être « surpris » de voir que Netflix ne paie pas une contribution minimum au financement de la création audiovisuelle au pays. Selon lui, Netflix devrait être contraint de payer la taxe sur les produits et services (TPS/TVQ) d'autant plus que des entreprises canadiennes de visionnement en ligne offrant un service similaire (comme Club Illico, CraveTV et Tou.tv Extra) paient toutes la TPS/TVQ : « *On a des compagnies canadiennes qui ont investi au Canada, qui créent de l'innovation et des emplois au Canada, on leur donne un fardeau supplémentaire en termes de TPS, tandis que les compagnies étrangères, curieusement, ne l'ont pas. Et pourtant, ils vont chercher de l'argent dans le marché canadien, ils vont le percevoir à travers des cartes de crédit détenues par des Canadiens à travers des banques canadiennes, l'activité est au Canada.* », explique-t-il.

Sources :

<http://affaires.lapresse.ca/economie/medias-et-telecoms/201609/13/01-5019869-ottawa-veut-davantage-de-contenu-canadien-sur-netflix.php>  
<https://www.actualitte.com/article/monde-edition/europe-la-commission-autorise-une-tva-identique-pour-le-livre-papier-et-numerique/68341>  
<http://www.digitalmusicnews.com/2016/08/15/netflix-tax-pennsylvania-digital-download-streaming-tax/>  
<http://www.theverge.com/2015/7/1/8876817/chicago-cloud-tax-online-streaming-sales-netflix-spotify>  
<http://www.legifiscal.fr/actualites-fiscales/1331-plfr-2016-la-taxe-youtube-de-retour.html>  
<http://www.cdc-ccd.org/Why-New-Digital-Taxes-Could-Play-a-Starring-Role-in-the-Government-s-CanCon>  
[http://www.lemonde.fr/economie/article/2016/09/29/les-grands-acteurs-du-net-tirent-pres-d-un-quart-de-leurs-revenus-des-biens-culturels\\_5005543\\_3234.html](http://www.lemonde.fr/economie/article/2016/09/29/les-grands-acteurs-du-net-tirent-pres-d-un-quart-de-leurs-revenus-des-biens-culturels_5005543_3234.html)  
<http://www.usine-digitale.fr/editorial/reforme-du-droit-d-auteur-en-europe-la-saison-2-vient-de-commencer-et-fait-grincer-des-dents.N437787>  
[http://www.challenges.fr/challenges-soir/pourquoi-bruxelles-veut-tripatouiller-le-droit-d-auteur\\_428335](http://www.challenges.fr/challenges-soir/pourquoi-bruxelles-veut-tripatouiller-le-droit-d-auteur_428335)  
<http://cineuropa.org/nw.aspx?t=newsdetail&l=fr&did=319991>  
<https://www.thestar.com/opinion/commentary/2016/07/12/time-to-tax-and-regulate-netflix-and-youtube.html>

## Repenser les politiques culturelles dans un contexte de transformation du paysage culturel mondial

Depuis l'adoption en 2005 de la Convention de l'UNESCO sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles, le paysage culturel mondial n'a cessé d'évoluer, subissant au passage les effets de la révolution numérique. Cet instrument juridique international, qui compte 141 États signataires en plus de l'Union européenne, a contribué à influencer un certain nombre de politiques culturelles aussi bien en matière de production cinématographique qu'en matière de promotion de l'édition, de soutien à la mobilité des artistes ou de la diffusion de contenus audiovisuels locaux. Dix ans après l'adoption de cette Convention, l'UNESCO a publié le 16 décembre un premier rapport mondial, intitulé « Repenser les politiques culturelles », qui explore notamment les évolutions du paysage culturel mondial et l'impact politique de la Convention à partir des rapports périodiques quadriennaux (RPQ) fournis par 71 des pays signataires de la Convention de 2005. Il fait le suivi de la mise en œuvre des principes de la Convention à l'aune de ses quatre objectifs : soutenir des systèmes de gouvernance durables de la culture ; parvenir à un échange équilibré de biens et services culturels et accroître la mobilité ; inclure la culture dans des cadres de développement durable et promouvoir les droits de l'homme et les libertés fondamentales. L'état des lieux des évolutions observées dans le domaine des industries culturelles et créatives et des échanges commerciaux de biens culturels, notamment entre pays développés et en développement, est illustré par des exemples de bonnes pratiques tels que l'instauration d'un revenu garanti pour les artistes en Norvège, la diffusion de programmes audiovisuels de qualité pour les enfants en Argentine, la création d'une chaîne de télévision en maori en Nouvelle-Zélande, ou encore la mise en place d'une politique de promotion des livres et de la lecture en Côte d'Ivoire.

En dehors de ces évolutions, deux aspects importants pointés par ce rapport retiennent notre attention. Il s'agit notamment du déséquilibre de l'échange de biens et services culturels en faveur des pays industrialisés et des défis du numérique. En ce qui concerne le déséquilibre des échanges, on note que sur les 212,8 milliards de dollars que représentent les exportations mondiales de biens culturels, la part des pays en développement (PED) représente 46,7% contre 25,6% en 2004. Mais cette progression est largement portée par les exportations culturelles de la Chine et de l'Inde puisque sans ces deux pays la part de marché des PED pour les exportations mondiales de biens culturels n'a augmenté que de façon très marginale (5%) entre 2004 et 2013. Par ailleurs, si en 2012, la valeur totale des exportations mondiales de services culturels atteignait 128,5 milliards de dollars, la part des PED ne représente que 1,6 %. Les pays développés dominent ainsi la part mondiale avec 98 %, en particulier grâce à l'augmentation des échanges de services transmis électroniquement dans les domaines de l'art et de l'audiovisuel. Les États-Unis sont classés 1er avec 52,4 % des exportations mondiales de services culturels en 2012, contre 58 % en 2004. Parmi les pays émergents, seuls la Chine et l'Inde concurrencent sérieusement les pays développés sur le marché mondial.

On note également que la coopération Sud-Sud constitue un mécanisme favorable à l'augmentation des niveaux d'échanges culturels entre les PED, même si les dispositions en matière de mesures spécifiques de traitement préférentiel pour les biens et services culturels restent rares dans les accords de libre-échange. Il faudra davantage mobiliser la Convention de l'UNESCO pour faire valoir la spécificité des biens et services culturels dans les nouvelles politiques d'échanges commerciaux afin d'atteindre un échange plus équilibré des biens et services culturels.

S'agissant des défis du numérique, le rapport insiste sur les progrès réalisés au cours de la dernière décennie par les PED dans le domaine de la connectivité mobile (taux de pénétration mobile multiplié par trois entre 2007 et 2012), mais ce constat reste nuancé par les nombreux efforts que doivent encore accomplir ces pays afin d'atteindre le niveau d'accès au numérique des pays industrialisés. Quoi qu'il en soit, on constate que de plus en plus de créateurs font un usage intensif des nouvelles technologies pour générer des contenus culturels de qualité. Ils utilisent également les réseaux sociaux pour promouvoir ces contenus ainsi que des œuvres

culturelles en ligne. Selon Jason Njioku, Fondateur d'iROKO TV, «...Les industries créatives ont été radicalement transformées par les technologies numériques. Sans Internet, Nollywood - la source de divertissement la plus populaire en Afrique - serait resté limité, amoindri, piraté sur des VCD vendus sur les marchés. Aujourd'hui, les films sont accessibles à des millions de personnes et leurs producteurs peuvent enfin être rémunérés équitablement pour leur travail ».

En outre, le développement du commerce électronique de biens et services culturels numériques dans les pays du Sud constitue un avantage pour l'essor des industries culturelles locales de ces pays, avec de nouvelles possibilités d'assurer des transactions dématérialisées et globalisées, de construire de nouveaux modèles d'affaire innovants et d'expérimenter de nouvelles modalités de structuration de l'offre, tout en inventant de nouvelles formes de distribution pour résister à la domination des grandes plateformes. Le rapport met cependant en évidence le fait que la diversité des nouveaux acteurs ne constitue pas une garantie d'accès à une diversité de choix d'œuvres et de contenus culturels en ligne : « *Bien que les plateformes fournissent une large gamme d'offres culturelles, le fait que celles-ci contrôlent non seulement les ventes, mais aussi la communication et les algorithmes de recommandations, pose problème* ».

En conclusion, le rapport tire quelques enseignements relatifs à l'apport significatif de la Convention de 2005 à l'enrichissement des politiques élaborées par les pays signataires en faveur de la diversité des expressions culturelles. Il propose également des mesures pour faciliter la mobilité des artistes du Sud, rééquilibrer les échanges de biens culturels et intégrer la dimension culturelle dans les stratégies de développement durable, y inclus dans les stratégies numériques.

**Sources :**

**Le Communiqué de presse :**

[http://www.unesco.org/new/fr/media-services/single-view/news/first\\_global\\_report\\_evaluating\\_the\\_impact\\_of\\_the\\_convention\\_on\\_the\\_protection\\_and\\_promotion\\_of\\_the\\_diversity\\_of\\_cultural\\_expressions/#.VnGmdTZj40o](http://www.unesco.org/new/fr/media-services/single-view/news/first_global_report_evaluating_the_impact_of_the_convention_on_the_protection_and_promotion_of_the_diversity_of_cultural_expressions/#.VnGmdTZj40o)

**Le Rapport complet :** <http://www.uis.unesco.org/culture/Documents/unesco-convention-report1-diversity-cultural-expressions-for-development.pdf>



Le Canada possède un secteur culturel dynamique qui compte de nombreuses institutions soutenues par une politique culturelle qui doit tenir compte à la fois des défis liés à la mondialisation et à la libéralisation des échanges (notamment au phénomène de croissance des multinationales et à la prolifération des accords commerciaux et des échanges de biens et services culturels) et des défis provoqués par les nombreux changements technologiques. Depuis la dernière mise à jour de la réglementation en matière culturelle, en 1991, la diffusion en continu sur Internet a remplacé la radiodiffusion en tant que source de revenus de l'industrie musicale, et le Canada est devenu le troisième plus important producteur de musique et le troisième exportateur de jeux vidéo dans le monde, selon la ministre du Patrimoine canadien, Mélanie Joly. En effet, il faut rappeler que les bases de la politique culturelle du Canada remontent à la période avant le déploiement et l'utilisation généralisée de l'Internet et que les nouvelles technologies ont depuis ce temps changé le paysage du divertissement et de l'information, puisque la numérisation et la convergence des réseaux de télécommunication, des supports et canaux de diffusion/distribution et des contenus ont bouleversé profondément les modes de production et de consommation de la musique, de la télé, de la radio, des journaux, des films, des jeux vidéo et des livres. Les nouvelles technologies numériques ont ainsi décuplé les possibilités de circulation et de diffusion des produits culturels à contenu canadien à l'intérieur du pays comme à l'étranger. Les nouveaux défis qui accompagnent ces mutations des industries culturelles mettent à rude épreuve la capacité des pouvoirs publics à réguler et à faire respecter les règlements visant à garantir aux Canadiens l'accès aux produits culturels locaux/nationaux et à permettre leur découvrabilité et leur consommation, notamment dans l'environnement numérique. C'est dans ce contexte où le politique ne peut plus se désengager devant ces changements que le gouvernement du Canada, par l'entremise de la ministre du Patrimoine canadien, Mélanie Joly, a pris ses responsabilités en se lançant dans un vaste chantier d'adaptation de la politique culturelle canadienne à l'ère numérique dans le but de mettre en place, pour la première fois depuis une trentaine d'années, une stratégie d'exportations vers de nouveaux marchés pour les créateurs canadiens.

Pour orienter ses travaux, le ministère a lancé une préconsultation sur le Web jusqu'en juin afin de recueillir l'opinion des consommateurs, des artistes, des journalistes, des câblodistributeurs et des professionnels de la culture sur la création et l'exportation de contenu canadien dans un monde numérique. Les commentaires recueillis serviront à élaborer le cadre des audiences publiques qui se tiendront dans tout le pays, dès septembre en vue d'adopter des changements législatifs au cours de 2017. Selon le document de préconsultation de Patrimoine canadien, on peut distinguer quatre importants vecteurs de changements qui incitent à ce processus de renouvellement et d'adaptation de la politique culturelle canadienne à l'ère du numérique :

**L'environnement est plus fluide :** «Les distinctions traditionnelles entre créateur et utilisateur, artiste et public, professionnel et amateur, ou citoyen et journaliste sont de moins en moins claires. Il en résulte de nouveaux modèles et de nouvelles formes de création et d'expression, ainsi que de nouveaux rapports et de nouvelles collaborations.»

**De nouveaux joueurs intermédiaires voient le jour :** «Ces intervenants perturbent les chaînes de valeurs et les modèles d'affaires traditionnels. Cela donne lieu à l'émergence de nouvelles industries et change la façon dont les Canadiens créent, partagent, explorent, vivent la culture. Les créateurs et les journalistes canadiens attirent de nouveaux auditoires en ligne. Mais ils peinent à récolter une rétribution équitable, à s'illustrer et à faire découvrir leur contenu.»

**La mondialisation et l'interdépendance s'accroissent :** «Le public jouit d'une foule de contenu [...] provenant des quatre coins de la planète. Le contenu local peut donc s'y perdre facilement. Les artistes et les créateurs canadiens ont de nouvelles occasions de se faire connaître sur le marché mondial. Mais ils se butent à la vive concurrence du secteur culturel d'autres pays qui convoitent aussi les marchés étrangers [...].»

**La consommation de contenu sur plateformes modifie les attentes :** «Depuis que les Canadiens ont accès à un vaste contenu mondial sur leur téléphone intelligent, leurs attentes quant au type de contenu disponible ne sont plus les mêmes. La connectivité numérique permet d'offrir un contenu personnalisé accessible instantanément, peu importe où l'on se trouve, et ce, sans frais (ou presque) pour les consommateurs.»

Pour expérimenter cette politique culturelle 2.0, le gouvernement canadien dispose de plusieurs leviers et d'une « trousse d'outils ». Parmi eux, on peut citer les fonds de soutien à la culture, les règlements et lois sur le droit d'auteur, les télécoms, la radiodiffusion, ainsi que des institutions comme l'Office national du film, CBC/Radio-Canada et le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), pour ne citer que celles-là. Il s'agira également de s'interroger sur la pertinence de ces outils et dispositifs pour voir comment les mettre au service des nouveaux objectifs gouvernementaux en matière de politique culturelle 2.0. Il faut souligner que ce vent de renouveau touche également des institutions emblématiques telles que le Conseil des arts du Canada qui vient récemment d'annoncer sa première stratégie numérique, misant beaucoup sur la diversité, la créativité et le financement des artistes.

Toutes ces réformes et consultations en cours au sein du gouvernement fédéral ne sont pas sans rappeler le processus similaire qui a été lancé (presque simultanément) par le gouvernement du Québec pour une nouvelle politique culturelle au niveau de la province. Ce chantier de réflexion accorde aussi une attention soutenue aux enjeux du numérique dans le but d'améliorer la présence en ligne des acteurs des milieux culturels québécois, de soutenir la création de contenus interactifs et de réguler les plateformes de contenu qui diffusent les œuvres culturelles locales sans aucun respect pour la fiscalité québécoise et sans aucune implication dans le financement du secteur culturel et artistique québécois.

**Sources :**

<https://www.canada.ca/fr/services/culture/consultations.html>

<http://www.lapresse.ca/arts/nouvelles/201604/25/01-4974739-la-revolution-culturelle-de-melanie-joly.php>

<http://www.ledevoir.com/culture/actualites-culturelles/469193/financement-des-arts-une-premiere-strategie-numerique-pour-le-conseil-des-arts>

## Taxes, quotas ou crédits d'impôts : comment faire contribuer les plateformes de vidéo à la demande (VOD) au financement de la création et de la production audiovisuelle locale/nationale ?

Depuis quelques années, la prolifération des services de diffusion de contenus audiovisuels par contournement ou services OTT («*Over The Top*»<sup>15</sup>) et l'apparition de nouvelles formes de contenus (webséries, webdocumentaires, contenus crossmedia ou transmedia) bouleversent les rapports entre cinéma, télévision et Internet, avec d'importantes mutations dans les secteurs audiovisuel et cinématographique de nombreux pays. À titre d'exemple, certaines plateformes OTT, telles que Netflix, créent ou produisent des contenus originaux qui concurrencent l'offre de programmes et de contenus proposés par les chaînes de télévision et les médias traditionnels. Dans ce contexte, le système traditionnel de distribution ou de diffusion linéaire qui fonctionne selon un modèle *top-down* (du haut vers le bas) est remis en cause, avec l'émergence d'un nouveau modèle de circulation, s'appuyant sur la convergence des terminaux connectés et sur la distribution multicanale des contenus audiovisuels délivrés en accès direct par Internet, avec des conséquences sur le respect de la chronologie des médias dans des pays comme la France. Si ce nouveau système de distribution favorise une accélération de la consommation désintermédiée de produits culturels numériques ainsi qu'une plus grande accessibilité de ces produits, il induit quelques déséquilibres importants au niveau du modèle de financement de la création audiovisuelle, puisque les acteurs OTT qui profitent de la diffusion en ligne des œuvres et contenus audiovisuels et cinématographiques ne contribuent pas en amont au financement de leur création.

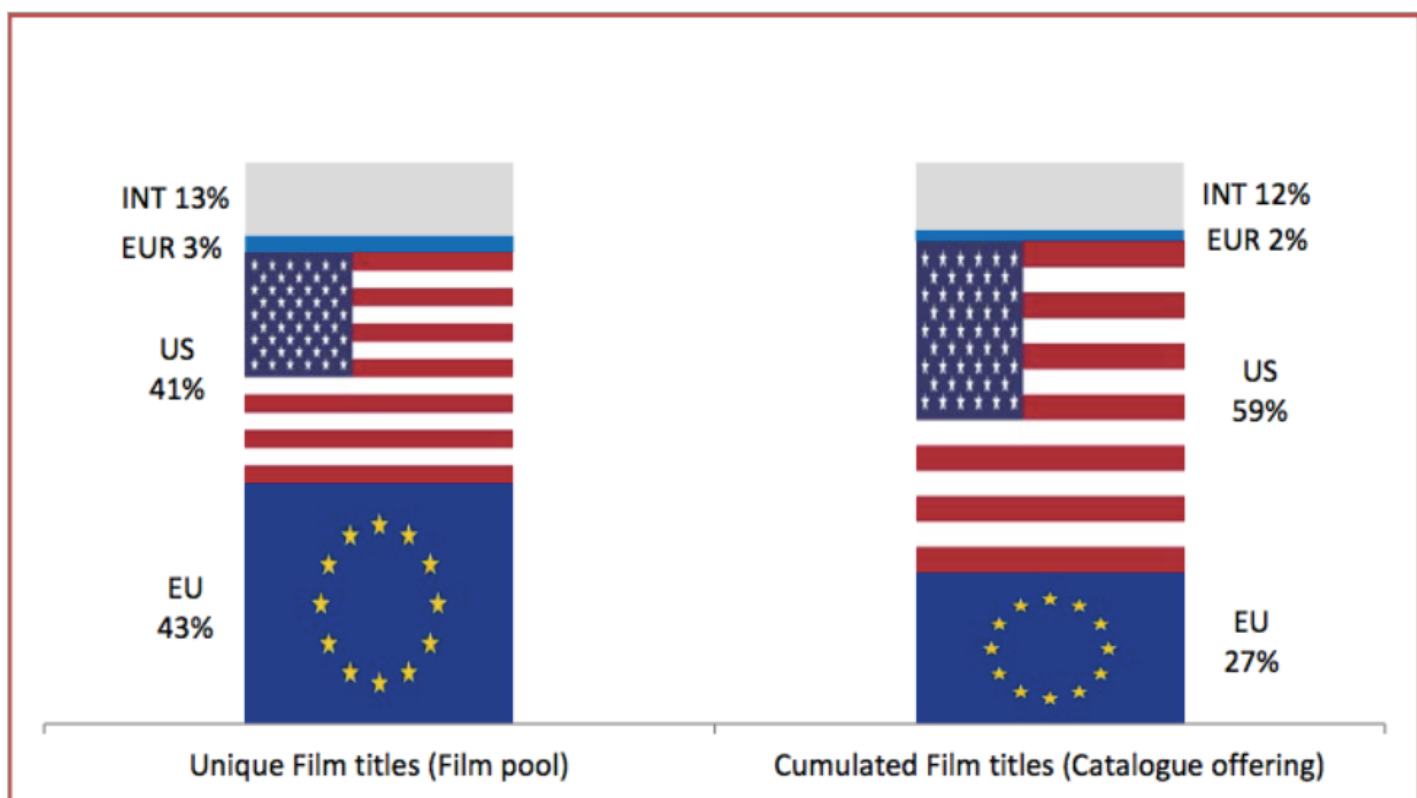
À travers sa récente révision de directive concernant les services de médias audiovisuels au sein de l'UE, la Commission européenne a ainsi exigé que les plateformes de vidéos à la demande, comme Netflix, respectent un quota minimal de 20% d'œuvres européennes dans leur catalogue proposé dans chaque pays de l'UE. L'application de cette mesure ne devrait cependant pas poser de problèmes pour les acteurs comme Netflix, Amazon ou iTunes qui disposent déjà de plus de 20% d'œuvres européennes dans leurs catalogues européens respectifs. Le gouvernement français considère que ce quota de diffusion d'œuvres européennes pour les plateformes de vidéos à la demande, proposé par Bruxelles, est insuffisant comparé au système de quotas beaucoup plus contraignant appliqué en France. En effet, la France prévoit que 60% du temps soit réservé à la diffusion d'œuvres européennes et au moins 40 % à la diffusion d'œuvres d'expression originale française. Se prononçant sur ces quotas<sup>16</sup> imposés par la Commission européenne, Netflix explique que si la stratégie de Bruxelles est d'imposer des quotas aux géants du streaming pour stimuler la production, cela pourrait ne pas être efficace puisque ces mesures pourraient plutôt conduire les fournisseurs de contenus à acheter ou investir dans des productions à bas prix et du contenu «de remplissage» pour atteindre les quotas exigés.

En revanche, s'il y a un point sur lequel les États membres de l'UE ont remporté une véritable première victoire, c'est la possibilité que leur donne la Commission d'obliger les services de VOD diffusant sur leur territoire à contribuer au financement de la création audiovisuelle sur le plan national. Cette mesure permettra de mettre fin à la distorsion de concurrence existant entre les acteurs de l'audiovisuel classique et les nouveaux acteurs comme Netflix, Amazon ou Facebook, dont les activités ne sont pas régulées et qui échappaient à toute obligation de financement de la création dans les pays où ils proposent leurs services. Si la directive est adoptée, elle pourrait bien forcer Netflix à investir au moins 15 % de son chiffre d'affaires dans la production de films ou de séries télévisées européennes, dont 12 % en langue française.

<sup>15</sup> Ceci inclut les chaînes de télévision ou radio diffusées en streaming, les services de télévision de rattrapage, les offres de vidéo ou de musique à la demande, les sites de partage de vidéos.

<sup>16</sup> Le taux de 20 % pourrait être relevé, en fonction des négociations entre les États membres, qui s'ouvrent pour au moins un an.

Cette réforme de la directive sur les services de médias audiovisuels (SMA) intervient au même moment où l'Observatoire européen de l'audiovisuel publie un nouveau rapport sur la circulation des films européens dans les salles et sur les services de VOD (*Comment les films circulent-ils sur les services de VOD et dans les salles de cinéma de l'Union européenne ?*). Faisant suite au rapport *Origin of Films in VOD Catalogues in the EU*, le nouveau rapport examine, par exemple, le nombre de films sortis en salles et distribués en VOD et compare la circulation dans les cinémas à la diffusion en VOD. En effet, la principale constatation du premier rapport sur la composition de certains catalogues de films en VOD dans l'UE est que les films UE comptent, en moyenne, pour 27 % dans les 75 catalogues de VOD si l'on étudie l'offre cinématographique cumulée (si l'on mesure le « volume »). Au total, sur les 158 139 films récupérés des catalogues de VOD, 42 725 sont d'origine UE. Pour refléter la réserve potentielle de films (et non le nombre de films dans les catalogues VOD), le premier rapport prend également en compte l'offre en films uniques en ne comptabilisant chaque titre de film qu'une seule fois, même s'il est présent dans plusieurs catalogues de VOD ou sur les services de VOD de plusieurs pays. Avec cette méthodologie, un titre de film est comptabilisé une fois lorsqu'il est disponible sur au moins un service de VOD dans l'UE. Le principal résultat indique que, sur les 26 483 titres uniques de films disponibles sur au moins un service de VOD dans l'UE, 11 349 soit 43 % sont d'origine UE. Cette mesure exprime la variété/diversité de l'offre potentielle en films. Le nouveau rapport démontre que les films US ne représentent que 41 % de l'offre en films uniques mais 59 % de l'ensemble des films disponibles sur les 75 services de VOD. Cela indique que : 1) l'offre en titres US dans les catalogues de VOD est plus étroite que celle des titres UE (11 349 titres de films UE uniques contre 10 802 titres de films US) ; 2) que les films US semblent bénéficier d'une distribution plus étendue que les films UE (c'est-à-dire qu'ils sont disponibles sur un plus grand nombre de services VOD et/ou dans davantage de pays) et qu'ils représentent plus du double des films UE dans les catalogues de VOD des 75 services.



**Comparaison entre les titres uniques de films et l'offre cinématographique cumulée des 75 catalogues de films en VOD sélectionnés**

Le fait que la Commission veuille donc imposer un quota minimum d'œuvres européennes dans les catalogues des plateformes américaines de VOD constitue donc une avancée nécessaire et importante en matière d'encadrement et de réglementation de ces plateformes numériques qui doivent évoluer dans un environnement avec des règles équitables vis-à-vis des acteurs traditionnels.

Il est particulièrement intéressant d'établir des comparaisons avec la situation au Canada, caractérisée par un ensemble de décisions et de mesures aux antipodes de ce qui se fait en Europe. Dans ce pays, le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), qui n'impose aucun quota aux services de VOD, a adopté une stratégie à l'inverse de celle de la Commission européenne afin de permettre à des entreprises canadiennes issues du secteur de la câblodistribution de mieux concurrencer le géant américain Netflix. Le CRTC a ainsi assoupli sa réglementation depuis mars 2015, dans l'espoir de laisser le champ libre à Bell (avec CraveTV) et Rogers (avec Shomi) pour damer le pion à Netflix, tout en augmentant les tarifs liés aux droits de distribution exclusifs de contenus convoités par les spectateurs. Pourtant, le fait de hausser les prix et d'empêcher les Canadiens d'accéder au catalogue américain n'a pas causé de tort à Netflix, comme le montre un nouveau rapport de Solutions Research Group (SRG) qui estime que Netflix a gagné un million de nouveaux abonnés au Canada depuis juin 2015, surpassant de sept fois ses compétiteurs canadiens CraveTV et Shomi. Parallèlement, le CRTC a réduit les quotas d'émissions canadiennes devant être diffusées par les stations de télévision locales et les chaînes spécialisées. Plus récemment, le gouvernement canadien a envisagé de subventionner Netflix, en laissant la possibilité à l'entreprise californienne d'être éligible aux crédits d'impôt canadiens de production audiovisuelle. Cette situation préoccupe grandement les artistes et artisans du secteur ainsi que les principales associations professionnelles de l'audiovisuel qui sont montées au créneau pour dénoncer la possibilité que des géants du Net bénéficient de l'aide de l'État canadien sans rien contribuer en retour par l'entremise de taxes, d'impôts ou contributions à la production nationale. Leur dénonciation se retrouve dans deux mémoires déposés auprès du Bureau de certification des produits audiovisuels canadiens (BCPAC), à la suite d'un « appel aux commentaires » concernant des propositions de modifications de ses réglementations.

L'un des mémoires est signé par l'Union des artistes (UDA), la Société des auteurs de radio, télévision et cinéma (SARTEC), l'Association des réalisateurs et réalisatrices du Québec (ARRQ) et l'Alliance québécoise des techniciens de l'image et du son (AQTIS) ; et l'autre a été soumis par l'Association québécoise de la production médiatique (AQPM). Ces mémoires prennent position pour que l'octroi de crédits d'impôt soit réservé aux plateformes nationales qui répondent à des exigences de contenu et ont des obligations de contribution. Ils plaident en faveur d'un maintien des enveloppes aux contenus pour les plateformes traditionnelles qui ne devraient pas servir à financer les nouvelles productions en ligne et insistent sur la nécessité de réserver l'accès aux crédits d'impôt aux entreprises de propriété canadienne. Les producteurs misent sur un élargissement du questionnement dans le cadre des consultations lancées récemment par le ministère du Patrimoine sur le « *Contenu canadien dans un monde numérique* ». Bien que les géants comme Netflix ou Amazon Prime ont déjà commencé, dans le cadre de leur stratégie d'expansion, à investir dans le contenu local afin d'attirer de nouveaux abonnés, le véritable défi pour de nombreux gouvernements consistera à uniformiser les normes s'appliquant aux diffuseurs traditionnels et aux nouveaux types de fournisseurs sur Internet, en particulier en ce qui concerne les obligations de financement de la création audiovisuelle.

#### Sources :

<http://www.obs.coe.int/documents/205595/264625/Circulation+of+films+in+cinemas+and+on+VOD+in+the+EU+-+FR.pdf/80163ec3-c4d5-49c4-8e7e-1419d39db559>  
<http://www.obs.coe.int/documents/205595/264625/DG+CNECT+-+Note+4-2015+-+Origin+Of+Films+In+VOD+Catalogues+In+The+EU28.pdf/9e28ec6f-f8af-4c9a-92f5-a82f79eb2cda>  
[http://nouvelles.gc.ca/web/article-fr.do?nid=947269&\\_ga=1.108504074.962055372.1464185627](http://nouvelles.gc.ca/web/article-fr.do?nid=947269&_ga=1.108504074.962055372.1464185627)  
<http://branchez-vous.com/2016/05/25/netflix-amazon-pourraient-faire-face-des-quotas-en-europe/>  
<http://www.ledevoir.com/societe/medias/471695/faut-il-subventionner-netflix>  
<http://www.lapresse.ca/debats/chroniques/nathalie-petrowski/201606/01/01-4987255-le-probleme-avec-netflix.php>  
[http://quebec.huffingtonpost.ca/2016/06/15/netflix-depasse-shomi-cravetv\\_n\\_10487272.html](http://quebec.huffingtonpost.ca/2016/06/15/netflix-depasse-shomi-cravetv_n_10487272.html)

## La transition numérique du secteur culturel au Québec : Quelques propositions à l'issue des consultations publiques auprès des milieux culturels

Le numérique, plus que jamais, nous entraîne dans une ère de transformations et de transitions majeures qui contraignent au renouvellement des formes politiques, économiques, sociales et culturelles de nos sociétés. La question ne se pose plus de savoir s'il faut favoriser la transition numérique ou s'il faut la retarder. La transition numérique est déjà en cours, un peu partout à travers le monde. Cette transition bien que pouvant signifier une perte de repères pour certains gouvernements nationaux ne doit pas pour autant justifier un désengagement de l'intervention de l'État et des acteurs publics. Bien au contraire, c'est l'occasion pour les pouvoirs publics de jouer un rôle majeur à l'échelle nationale et internationale afin de mieux maîtriser cette transition, en faisant des choix stratégiques pour actualiser, adapter ou renouveler les politiques publiques que les transformations numériques ont rendues caduques, inadéquates ou moins efficaces.

Souvent élaborées bien avant l'avènement d'Internet, d'Amazon ou de Netflix et ne prenant pas assez en compte les nombreux défis et menaces que le numérique fait peser sur les cultures, les politiques culturelles nationales sont celles qu'il est urgent de dépoussiérer et de nombreux gouvernements l'ont bien compris puisqu'ils se sont engagés dans d'importants chantiers de renouvellement de ces politiques. C'est notamment le cas du gouvernement du Québec qui a entrepris au cours de ces derniers mois une vaste consultation en vue du renouvellement de sa politique culturelle, avec des centaines de mémoires déposés majoritairement par des représentants/regroupements d'artistes, des professionnels de la culture et des médias, des associations et des organismes culturels, des sociétés d'État, des centres de recherche, des collectivités locales,....

À partir d'une revue de presse sélective et l'examen sommaire des mémoires les plus médiatisés ou de ceux ayant été déposés par des organismes culturels qui se préoccupent des enjeux liés au numérique, nous pouvons partager ici quelques tendances préliminaires et observations partielles se dégageant de ces documents.

Le principal constat qui ressort des mémoires examinés est que les milieux culturels réclament un partage plus juste des revenus issus de la monétisation de leurs œuvres sur Internet. En effet, les regroupements représentant les écrivains, artistes, musiciens et éditeurs sont tous unanimes sur la nécessité de ne plus amalgamer gratuité et accessibilité de la culture. Ces acteurs restent tous préoccupés par la préservation et le renforcement des droits d'auteur à l'ère du numérique. Plusieurs mémoires dont ceux de l'Association des éditeurs de livres (ANEL) exigent un engagement plus ferme du gouvernement du Québec en faveur de la propriété intellectuelle et de sa reconnaissance comme valeur économique.

Dans son mémoire, l'ANEL argumente que : « *La possibilité d'avoir accès à des contenus culturels gratuits provoque un enjeu de reconnaissance de la valeur du travail artistique et de sa rémunération d'une manière juste et adéquate. Cette réalité entraîne inévitablement la question du respect de la propriété intellectuelle dans un contexte où le numérique redéfinit le rapport qu'a le citoyen avec la culture et où le droit d'auteur est de plus en plus écorché par l'adoption d'exceptions qui affectent directement l'industrie du livre et les industries culturelles en général...* ». Par ailleurs, sur la question d'une rémunération plus équitable des créateurs, Richard Prieur, directeur de l'ANEL, a insisté lors d'une entrevue téléphonique accordée récemment au quotidien Le Devoir sur le fait que l'argent ne manque pas et que l'enjeu est plutôt de mieux le partager. « *Permettez-moi l'expression, dit-il, mais les revenus vont aux camionneurs [Spotify et autres]. Ils contribuent peut-être à la diffusion, mais nullement à la création. Le problème est là.* »

Quant à la Société québécoise de gestion collective des droits de reproduction (Copibec), dans son mémoire intitulé « *La juste part du créateur* », la Société se dit « *inquiète* » par rapport à l'avenir et estime que

la question des droits d'auteur devrait être au premier plan de la future politique culturelle : « *Le gouvernement du Québec doit faire entendre sa voix et défendre les intérêts de ses artistes auprès du gouvernement fédéral. Il doit demander une révision rapide de la loi [de 2012]* », énonce une des recommandations du mémoire de Copibec. L'organisme souhaite en effet que la future politique québécoise affirme l'importance de bien rémunérer les artistes.

C'est le même son de cloche qui est lancé du côté de l'Union des artistes (UDA), qui souligne qu'il est « vital » que Québec poursuive un engagement en faveur des titulaires des droits puisque « *sans artistes, il n'y ni art, ni création, ni culture* ».

Dans le secteur de la musique, en dehors des mises en garde relatives à la gratuité et au partage à l'ère numérique, les mémoires déposés plaident davantage en faveur de la visibilité, de la découvrabilité et de l'exportation des contenus culturels québécois. Parmi les grandes priorités d'intervention préconisées par l'Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ), on note une sensibilité aux questions telles que la création, la production et la mise en valeur de contenus culturels québécois diversifiés et de qualité et reflétant l'identité francophone ainsi que la mise en place de passerelles pour assurer l'accès de ces contenus à la plus vaste portion possible de citoyens québécois.

La Guilde des musiciens et musiciennes du Québec (GMMQ) pose, quant à elle, un diagnostic sans appel : « *Le système de subventions mis en place pour permettre le développement des carrières des musiciens ne permet pas d'assurer que les musiciens sont rémunérés selon des conditions de travail négociées par leur association. Les résultats de ce laxisme se font sentir depuis longtemps, et la transformation numérique en cours ne fait qu'accentuer le problème. Les revenus des musiciens diminuent depuis 15 ans, les organismes chargés d'assurer la reconnaissance de leurs droits et l'application des ententes collectives ne perçoivent qu'une infime partie des redevances prévues et le nombre de musiciens ayant accès à un minimum de protection sociale ne cesse de diminuer. Le système mis en place depuis 1992 ne fonctionne pas.* ». Sur la question du financement des contenus, la GMMQ plaide en faveur d'une contribution de ceux qui récoltent les profits des productions, soit les fournisseurs de services Internet et les producteurs d'outils qui permettent de consommer en ligne la culture : baladeur numérique, tablette et Smartphones.

L'Association des professionnels de l'édition musicale (APEM) recommande, elle aussi, dans son mémoire de faire contribuer les fournisseurs d'accès Internet, considérant que ce sont ces derniers qui bénéficient financièrement de l'écosystème culturel. Évoquant les préconisations du Rapport Godbout, l'APEM insiste que le gouvernement du Québec a les pouvoirs nécessaires afin d'exiger une contribution des fournisseurs d'accès Internet destinée aux acteurs de l'industrie. L'APEM invite également le gouvernement du Québec à faire pression auprès du gouvernement fédéral afin que le Conseil de radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) puisse réglementer Internet et imposer des mesures pour favoriser le contenu culturel canadien à l'ère numérique : « *En plus de maintenir les quotas à la radio, le CRTC doit penser à des mesures 2.0 pour les services de musique en ligne qui pourraient prendre la forme de vitrines sur les pages d'accueil des sites, d'une présence minimum de titres canadiens et francophones dans les listes de lectures proposées, et d'autres mesures* », lit-on dans le mémoire de l'APEM.

L'APEM souligne aussi que la Commission du droit d'auteur devrait assurer un partage plus équitable de la valeur entre les maisons de disques et les auteurs-compositeurs et éditeurs pour les services de musique en ligne. En effet, la situation actuelle est telle que les auteurs-compositeurs et éditeurs peuvent toucher de quatre à cinq fois moins d'argent que les maisons de disques pour l'utilisation de leurs œuvres par des services tels que Spotify.

De son côté, le groupe québécois de réflexion sur les enjeux culturels en musique à l'ère numérique, musiQCnumériQC, propose entre autres que les programmes de financement s'adaptent aux processus actuels de réalisation de projets numériques. Ainsi, en matière de financement des contenus interactifs, le groupe souhaite que la nouvelle politique culturelle prévoie plus de mesures de soutien à la conception, à la stratégie de mise en marché, de la commercialisation et de l'accessibilité en ligne des contenus interactifs innovants et originaux.

Dans le secteur de l'audiovisuel, le mémoire déposé par le groupe Québecor (chef de file canadien des télécommunications, du divertissement, des médias d'information et de la culture) constitue un plaidoyer pour « créer des grands champions québécois de l'audiovisuel ».

En effet, Québecor estime qu'« *il est essentiel pour le gouvernement de mettre en place les conditions permettant de constituer des entreprises fortes, capables d'assurer la présence et la visibilité des contenus audiovisuels québécois sur l'ensemble des plateformes de diffusion, ici comme de par le monde, car c'est la seule façon d'assurer que les acteurs, les producteurs, les réalisateurs, les techniciens, les scénaristes et tous les artisans québécois du secteur de l'audiovisuel puissent continuer à créer et à vivre de leur art.* »

Dans son mémoire, Québecor met en avant la concurrence inéquitable et la longueur d'avance que possèdent les grandes plateformes américaines de diffusion numérique par rapport aux télédiffuseurs ou aux fournisseurs de contenus québécois et canadiens. Par exemple, « *pour chaque dollar qui quitte les médias traditionnels canadiens vers le numérique, 0,83 \$ s'en vont dans les poches de grandes entreprises américaines comme Google ou Facebook* ». Un autre exemple plus édifiant : Netflix mobilise actuellement environ 34 % de la bande passante des réseaux des fournisseurs canadiens en période de grande écoute, sans même que la firme américaine ne soit tenue de prélever les taxes de vente (*Un abonnement à Netflix coûte 9,99 \$ par mois, point à la ligne, alors qu'un abonnement à Club illico coûte 9,99 + TPS et TVQ*), ni d'investir dans la programmation canadienne comme le sont Bell, Vidéotron et les autres entreprises de télédistribution. Québecor souligne que : « *Juste pour répondre à la consommation de bande passante découlant de l'écoute de Netflix sur son réseau, Vidéotron va en effet devoir investir plus de 200 millions \$ au cours des trois prochaines années* ».

Pour toutes ces raisons, le groupe Québecor se dit « *réticent face à ceux qui affirment que c'est aux fournisseurs de services Internet et mobile d'en faire plus pour financer la production audiovisuelle québécoise* ». Sans chercher à mettre les bâtons dans les roues de Netflix, le groupe préconise de prendre la réalité technologique et économique telle qu'elle et de miser plutôt sur un écosystème de politiques publiques et de programmes d'aide susceptibles de faire émerger des grands joueurs québécois de l'industrie audiovisuelle, tout en garantissant le financement accru de la production québécoise et la compétitivité mondiale de l'industrie des contenus québécois.

Outre ces recommandations principales, d'autres propositions sont revenues de manière récurrente dans plusieurs mémoires. Parmi celles-ci, on retient la nécessité pour le Québec de se doter d'une politique des métadonnées culturelles libres, réutilisables, sémantiques et interreliées pour toutes les œuvres du Québec ou concernant le Québec. Une telle politique doit être basée sur des principes de standardisation et d'interopérabilité des données s'alignant sur une uniformisation des normes d'indexation à l'international. Elle doit également exiger des produits culturels obtenant de l'aide de l'État qu'ils soient identifiés avec un minimum de données permettant l'identification de tous les ayant-droits d'une œuvre et la traçabilité des flux de distribution ou de diffusion numérique de cette œuvre.

Concernant la question de création de plateformes de vitrines culturelles pour mieux favoriser la découvrabilité des contenus québécois, les avis sont plutôt divergents. À titre d'exemple, alors que Québec Cinéma recommande de soutenir « *une stratégie pour l'émergence de plateformes favorisant la diffusion et la promotion des films et des œuvres québécoises dans l'espace numérique* » et de « *créer une marque « cinéma*

*québécois », pour faire émerger les films québécois dans la sphère numérique» ; l’APEM est d’avis pour sa part que le gouvernement du Québec « doit éviter de ghettoïser la culture québécoise en créant de nouvelles plateformes ou en la diffusant sur des plateformes peu fréquentées par le public».*

La Société canadienne des auteurs compositeurs et éditeurs de musique (SOCAN) suggère plutôt quant à elle d’aborder la question des plateformes sous l’angle d’une cohabitation entre contenus internationaux et contenus nationaux dans une perspective de responsabilisation des plateformes internationales afin qu’elles protègent ou promeuvent davantage la diversité des expressions culturelles à travers les offres qu’elles proposent, tout en valorisant l’identité et la culture québécoises. Des mesures incitatives telles que des crédits d’impôts pourraient ainsi amener ces plateformes à contribuer à la mise en place de vitrines spécifiques ou à l’élaboration de listes plus en harmonie avec les besoins et envies du public québécois. En effet, dans le contexte actuel de multiplication des plateformes et de concentration des diffuseurs numériques, ce sont les plateformes avec le plus de clients, proposant du contenu adapté à leur audience et à leur public qui remporteront la bataille de l’attention.

**Sources :**

<http://www.ledevoir.com/culture/actualites-culturelles/476853/politique-culturelle-du-quebec-les-artistes-montent-au-front>  
[https://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/Politique-culturelle/Memoires\\_\\_Metadonnees/Quebecor.pdf](https://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/Politique-culturelle/Memoires__Metadonnees/Quebecor.pdf)  
[https://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/Politique-culturelle/Memoires\\_\\_Metadonnees/Association\\_nationale\\_des\\_editeurs\\_de\\_livres\\_\\_ANEL\\_.pdf](https://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/Politique-culturelle/Memoires__Metadonnees/Association_nationale_des_editeurs_de_livres__ANEL_.pdf)  
[https://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/Politique-culturelle/Memoires\\_\\_Metadonnees/Association\\_des\\_professionnels\\_de\\_l\\_edition\\_musicale.pdf](https://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/Politique-culturelle/Memoires__Metadonnees/Association_des_professionnels_de_l_edition_musicale.pdf)  
[https://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/Politique-culturelle/Memoires\\_\\_Metadonnees/FACIL\\_memoire.pdf](https://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/Politique-culturelle/Memoires__Metadonnees/FACIL_memoire.pdf)  
[https://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/Politique-culturelle/Memoires\\_\\_Metadonnees/Guilde\\_des\\_musiciens\\_et\\_musiciennes\\_du\\_Quebec.pdf](https://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/Politique-culturelle/Memoires__Metadonnees/Guilde_des_musiciens_et_musiciennes_du_Quebec.pdf)  
[https://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/Politique-culturelle/Memoires\\_\\_Metadonnees/Quebec\\_Cinema.pdf](https://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/Politique-culturelle/Memoires__Metadonnees/Quebec_Cinema.pdf)  
[https://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/Politique-culturelle/Memoires\\_\\_Metadonnees/SOCAN\\_memoire.pdf](https://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/Politique-culturelle/Memoires__Metadonnees/SOCAN_memoire.pdf)  
[https://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/Politique-culturelle/Memoires\\_\\_Metadonnees/MusiQCnumeriqC-memoire.pdf](https://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/Politique-culturelle/Memoires__Metadonnees/MusiQCnumeriqC-memoire.pdf)  
<http://www.ledevoir.com/culture/actualites-culturelles/478060/sur-la-route-des-consultations-culturelles>



Destiny Tchéhouali est docteur en géographie de l'Université Jean Jaurès de Toulouse. Sa thèse dresse le bilan des politiques de coopération internationale en matière de réduction de la fracture numérique Nord-Sud. Actuellement chercheur au Centre d'Études sur l'Intégration et la Mondialisation (CEIM) de l'Université du Québec à Montréal (UQAM), il assure la direction de l'Observatoire des réseaux et interconnexions de la société numérique (DRISON). Ses centres d'intérêt de recherche portent, entre autres, sur l'impact des plateformes numériques sur la diffusion et la distribution des produits et contenus culturels locaux/nationaux, la gouvernance et la géopolitique d'Internet et de la société de l'information ainsi que les dynamiques internationales du commerce électronique et de l'économie numérique. Destiny Tchéhouali est également consultant international en technologies de l'information et de la communication pour le Développement (ICT4D). Il a notamment réalisé ou participé à plusieurs missions d'expertise pour le compte de gouvernements nationaux et locaux dans différents pays (Canada/Québec, France, Bénin, Mali, Sénégal). Au cours de ces dernières années, il a été sollicité pour réaliser des études et des consultations stratégiques pour le compte d'institutions telles que la Commission européenne, l'UNESCO ou l'Organisation Internationale de la Francophonie (OIF), l'Agence mondiale de solidarité numérique. Rédacteur depuis deux ans de la chronique Culture, Commerce et Numérique publié par le CEIM pour le compte de l'OIF, Destiny Tchéhouali est par ailleurs Président de la section québécoise de l'Internet Society (ISOC Québec), un organisme qui œuvre en faveur de l'amélioration de l'accès et la promotion de l'utilisation de l'Internet au Québec et dans le monde.