Pour une

culture en réseaux diversifiée

Appliquer la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles (CDEC) à l'ère du numérique

Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation

Michèle Rioux

et

Christian Deblock
Gilbert Gagné
Destiny Tchéhouali
Kim Fontaine-Skronski
Antonios Vlassis

Février 2015

CEIM

UQÀM

Remerciements

Nous remercions les professionnels de la culture, les acteurs du numérique et tous les experts en France, au Canada et à l'étranger qui ont accepté de contribuer à cette étude, ainsi que tous ceux qui ont répondu à notre questionnaire en ligne.

Nous remercions spécialement Lilian Richieri Hanania (Université Paris 1/Sorbonne). Le CEIM remercie également Claude-Yves Charron (Université du Québec à Montréal), Dominique Jutras (Observatoire de la culture du Québec), Charles Vallerand et Daisy Boustany (Coalition pour la diversité culturelle, Québec-Canada), Bruno Marien (UQAM) et tous les autres qui ont collaboré d'une manière ou d'une autre à la réalisation de cette étude.

Présentation du CEIM

Le Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation (CEIM) est rattaché à la Faculté de science politique et de droit de l'Université du Québec à Montréal (UQAM) et fait partie de l'Institut d'études internationales de Montréal (IEIM). Créé en 2001, il regroupe plus d'une trentaine de chercheurs(es) de plusieurs universités du Québec, du Canada et d'ailleurs, spécialisé(es) en économie politique internationale. Le CEIM a développé une réflexion sur les transformations de l'économie mondiale liées à la globalisation et aux impacts des changements technologiques, avec comme objectif de produire des recherches qui permettront de mieux comprendre, sur les plans théorique et empirique, les enjeux économiques, politiques, juridiques, sociaux et culturels que posent les processus de mondialisation à l'ère du numérique.

Membres de l'équipe

Michèle Rioux, professeure, département de science politique, UQAM

Christian Deblock, professeur titulaire, département de science politique, UQAM

Gilbert Gagné, professeur, science politique, Université Bishop's

Destiny Tchéhouali, chercheur post-doctorant, CEIM, UQAM

Kim Fontaine-Skronski, doctorante, science politique/relations internationales, Université Laval

Antonios Vlassis, chercheur, Center for International Relations Studies (CEFIR), Université de Liège

Assistants de recherche

Guy-Philippe Wells, François St-Amant, Guillaume Murphy, Julien Hamel-Guilbert, Felipe Verdugo, Olivia Engo et David Régimbal.

Mise en page du rapport : Myriam-Zaa Normandin

Ce rapport synthèse fut réalisé à la demande du ministère des Affaires étrangères et du Développement international et du ministère de la Culture et de la Communication de la France. Les analyses et les opinions exprimées en ces pages n'engagent que les auteurs et ne constituent pas une position officielle.

Table des matières

Présentation du CEIM 2
Acronymes 4
INTRODUCTION 5
- Principaux constats 6
- Cadrage et méthodologie 7
- Structure de l'étude 9

SAVOIR - ENJEUX ET MESURE DE L'IMPACT DU NUMÉRIQUE 10
- Introduction 11
- Transformations et recombinaisons industrielles 12
- Cinq processus, cinq défis 18
- Trois mondes en réseaux 31
- Nouvelles fractures ou saut technologique pour les PED? 40
- Conclusion SAVOIR 45

VOULOIR - POLITIQUES ET PRATIQUES CULTURELLES 46
- Introduction 47
- Articulation des stratégies numériques et des politiques culturelles . . 49
- Plateformes numériques de partage de l'information culturelle 54
- Plateformes de diffusion de contenus culturels audiovisuels 56
- Bibliothèques, collections et musées virtuels 60
- Mise en réseau des acteurs 65
- Conclusion VOULOIR : vers un idéal type de politique culturelle 2.0 . . . 70

AGIR - LA CDEC AU SERVICE D'UNE CULTURE EN RÉSEAUX 76
- Introduction 77
- Directives opérationnelles existantes et leur adaptabilité aux enjeux du numérique 82
- Les articles de la CDEC sans directive opérationnelle 87
- Une directive transversale numérique pour une culture en réseaux . . . 88

CONCLUSION 94
Bibliographie 96
Annexe 1 - Résultats du questionnaire en ligne 101
Annexe 2 - Organisations ciblées 108
Annexe 3 - Indicateurs et statistiques de développement des TIC 109
Annexe 4 - Biographies des membres de l'équipe 112

Acronymes

ACP	Afrique, Caraïbes et Pacifique
ACR	Accords commerciaux régionaux
ACTA	Accord commercial anti-contrefaçon
AECG	Accord économique et commercial global
ALENA	Accord de libre-échange nord-américain
AFDEL	Association française des éditeurs de logiciels et solutions internet
CALQ	Conseil des arts et des lettres du Québec
CDEC	Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles
CEIM	Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation
CIG	Comité intergouvernemental
CNUCED	Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement
CRTC	Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes
DPI	Droits de propriété intellectuelle
FAI	Fournisseurs d'accès Internet
FEM	Forum économique et mondial
FICDC	Fédération internationale des coalitions pour la diversité culturelle
FIDC	Fonds international pour la diversité culturelle
FIPC	Fonds international pour la promotion de la culture
HADOPI	Haute Autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur Internet
ICANN	Société pour l'attribution des noms de domaine et des numéros sur Internet
ICD	Indicateurs de la culture pour le développement
IFPI	Fédération internationale de l'industrie phonographique
ISOC	Internet Society
MAEDI	Ministère des Affaires étrangères et du Développement international
MCC	Ministère de la Culture et de la Communication
MPAA	Motion Picture Association of America
OIF	Organisation internationale de la Francophonie
OMC	Organisation mondiale du commerce
OMPI	Organisation mondiale de la propriété intellectuelle
P2P	Pair à pair
PED	Pays en développement
PNUD	Programme des Nations Unies pour le développement
PwC	Price Waterhouse Coopers
SMSI	Sommet mondial sur la société de l'information
SODEC	Société de développement des entreprises culturelles du Québec
SOPA	Stop Online Piracy Act
TIC	Technologies de l'information et des communications
TISA	Accord sur le commerce des services
TPP	Accord de partenariat transpacifique
UE	Union européenne
UIT	Union internationale des télécommunications
UNESCO	Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture
UNGIS	United Nations Group on the Information Society
UQAM	Université du Québec à Montréal
USTR	Bureau du Représentant américain au commerce
VoD	Vidéo à la demande

INTRODUCTION

Le numérique, Internet tout particulièrement, transforme fondamentalement l'économie de la création dans toutes ses dimensions, artistiques, sociétales et économiques. Ces transformations sont accompagnées d'opportunités et de risques pour la diversité des expressions culturelles, que ce soit pour profiter pleinement des opportunités offertes par le numérique ou encore pour faire face aux défis qu'il pose aux acteurs du terrain, aux responsables des politiques publiques ou de la coopération internationale dans le domaine de la culture. L'application de la CDEC dans le contexte du numérique peut permettre aux États Parties de trouver des réponses et des modes d'actions (mesures, politiques ou autres), aux niveaux national et international, susceptibles de créer l'environnement institutionnel requis pour que cette révolution numérique soit un véritable moteur d'innovations et de diversité des expressions culturelles.

Les enjeux que soulève le numérique étaient perceptibles il y a quelques années déjà, mais ils sont désormais au cœur des débats publics. Depuis 2012, l'impact du numérique sur l'application de la CDEC est abordé de plus en plus fréquemment à l'UNESCO sans que les Parties ne se soient engagées dans une direction précise et franche sur la nécessité et la manière d'aborder le numérique. Par ailleurs, les pratiques et les initiatives qui visent la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles à l'ère du numérique sont de plus en plus nombreuses et significatives du savoir et de la volonté des acteurs d'agir de manière adaptée sur le plan des politiques et mesures culturelles à l'ère du numérique.

Cette étude répond à un appel du MAEDI et du MCC de la France pour répondre aux questions suivantes :

➡ Quels sont les enjeux du numérique pour la diversité des expressions culturelles dans l'ensemble des pays, en particulier les pays en développement (PED)?
➡ Quelles sont les mesures/politiques mises en œuvre afin de garantir l'application des principes de la CDEC dans l'environnement numérique, et quelles seraient les conditions de la réplicabilité des bonnes pratiques existantes?
➡ Quelles pourraient être la structure et la valeur ajoutée de directives opérationnelles spécifiques, et quelles pourraient être les modalités d'articulation avec les directives opérationnelles déjà adoptées et les coûts de leur rédaction?

La principale conclusion de cette étude est que, en tenant compte des opportunités et des menaces qu'implique le numérique pour la diversité des expressions culturelles, les Parties à la CDEC devraient réfléchir à adopter des directives, transversales ou spécifiques, permettant une déclinaison opérationnelle de la CDEC à l'ère du numérique. Toutes les politiques et les mesures visant à protéger et promouvoir la diversité des expressions culturelles doivent être pensées dans un monde désormais transformé par la culture numérique, une culture de mise en réseaux de divers systèmes, de contenus et de communautés qui dépasse la seule dimension technologique. Au nord comme au sud, bien que les priorités d'actions soient différentes, le constat est le même.

Il faut agir pour développer des bonnes pratiques en vue de réduire la fracture numérique culturelle, soutenir la création et les créateurs qui doivent s'adapter à de nouvelles réalités, favoriser le rayonnement des expressions culturelles locales et leur capacité à traverser les frontières en vue de créer un certain équilibre communicationnel mondial, et soutenir la création des plateformes numériques culturelles et des cyberespaces des communautés culturelles. Mais surtout, il semble important de former les acteurs, en particulier les jeunes, afin de les faire entrer de plain-pied dans l'ère numérique où pourront s'exprimer et dialoguer les différentes cultures du monde.

Principaux constats

1. Les opportunités qu'offrent le numérique et Internet sont nombreuses et largement reconnues. Toutefois, certaines actions peuvent avoir un impact multiplicateur permettant de tirer le maximum de dividendes du numérique sur le plan de la diversité des expressions culturelles. Il y a un potentiel énorme, mais encore faut-il SAVOIR comment l'atteindre et le réaliser pleinement.
2. Les menaces sont réelles notamment en ce qui concerne le financement, la monétisation, la production et la diffusion de contenus culturels riches et diversifiés, ce qui comporte des pertes plus importantes, pour les créateurs et les artistes. Il existe des incertitudes juridiques et économiques découlant des recombinaisons industrielles inhérentes à la convergence sectorielle et à la prolifération d'accords commerciaux qui affectent les industries culturelles. On note aussi une concentration industrielle et de nouvelles fractures numériques culturelles.
3. Au nord comme au sud, les constats sont les mêmes en raison de la dimension transnationale du numérique. Toutefois, il existe des différences quant aux actions à privilégier et prioriser. Dans les PED, Internet et le numérique sont de puissants vecteurs potentiels de développement susceptibles de permettre un saut technologique. Les risques d'accroissement de la fracture numérique sont aussi importants pour les PED qui souffrent le plus du déséquilibre de l'offre culturelle local/international.
4. Plusieurs initiatives émergent et les acteurs croient aux opportunités qu'offre le numérique. Cependant, on constate que les actions politiques et autres mesures prolifèrent pour contrer les menaces inhérentes aux transformations induites par le numérique pour la diversité des expressions culturelles. Les politiques comptent!
5. Si la CDEC n'est pas le seul instrument disponible dans le contexte d'émergence de nouvelles régulations des industries culturelles, elle deumeure un instrument important de gouvernance de la culture à l'ère du numérique.

Il est urgent de s'approprier le numérique et de développer une stratégie pour mettre la « culture en réseaux ». Il ne s'agit plus de réguler des industries et marchés nationaux et de gérer les interdépendances internationales, mais de trouver des règles adaptées à la globalisation et à la convergence des marchés de la culture et du numérique. Ce saut paradigmatique n'est pas facile à faire. Pour faire un pas dans cette direction, il est nécessaire d'affirmer la neutralité technologique de la CDEC et d'aller même plus loin, en élaborant, par exemple, une directive transversale sur le numérique qui pourrait avoir un impact sur l'ensemble du corpus normatif de la CDEC et des modalités de son application.

De son côté, l'UNESCO doit, en tant qu'organisation internationale, développer une stratégie proactive pour une « culture en réseaux » qui renforcerait son leadership dans le cadre plus large de la gouvernance de la culture à l'ère du numérique.

Cadrage et méthodologie

Notre étude apporte un éclairage sur les transformations et les changements inhérents au numérique pour dégager une meilleure compréhension des ajustements des modes de régulation et de gouvernance des industries culturelles. Elle opère un double croisement. Le premier concerne l'articulation du domaine de la culture avec d'autres domaines notamment ceux des télécommunications et de l'Internet, ainsi que du commerce et de la propriété intellectuelle, alors que le deuxième est l'interaction des dimensions nationale et internationale de l'action collective. Dans ce contexte, nous pensons dégager de nouvelles trajectoires de déclinaison opérationnelle de la CDEC. Dans un contexte de plus en plus transnational, l'émergence institutionnelle actuelle, d'origine publique et privée, ouvre la voie à une « gouvernance globale », un mode de gouvernance axé sur des « réseaux » composés d'acteurs publics et privés au sein de laquelle les Parties et la CDEC, comme également l'UNESCO, doivent trouver leur place.

La régulation à l'ère du numérique passe aujourd'hui par une gouvernance globale axée sur l'interconnexion des ensembles, c'est-à-dire sur un croisement intersectionnel institutionnalisé, en raison des liens étroits qui se sont forgés entre les systèmes nationaux et internationaux, ainsi qu'entre les enjeux de la culture, du commerce, des télécommunications et de la propriété intellectuelle. La gouvernance, les politiques, les pratiques doivent, elles aussi, être en réseaux!

En ce qui concerne, la méthodologie, une équipe d'une quinzaine de chercheurs a été constituée. Deux chantiers ont été ouverts. Le premier visait la revue de la littérature scientifique et l'analyse des documents publiés par l'UNESCO et plusieurs autres organisations internationales. Nous avons pris connaissance de documents pertinents faisant état des apports scientifiques et des actions de plusieurs États autour des questions que soulève l'impact du numérique sur la diversité des expressions culturelles. Le deuxième chantier a été relationnel, en ce sens qu'il visait à obtenir les avis et perspectives de différents acteurs par le biais de rencontres et surtout par l'élaboration et la diffusion d'un questionnaire que nous avons rendu accessible sur l'Internet. Plusieurs personnes ont également été contactées sur des questions plus précises afin de compléter la recherche.

Le questionnaire intitulé « Que préconisez-vous pour la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles à l'ère du numérique? » visait à collecter des données liées (voir l'annexe 1) :

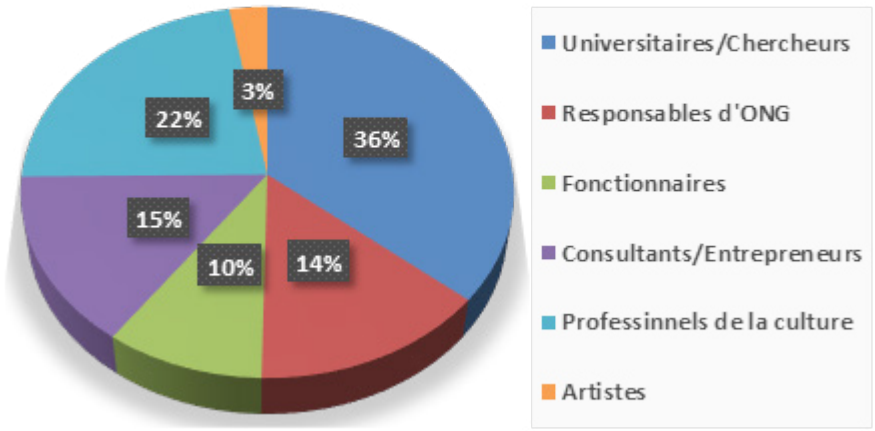
1. à la compréhension qu'ont les acteurs du monde culturel des enjeux et défis du numérique pour la diversité des expressions culturelles dans leur pays ;
2. aux mesures et politiques qui contribuent à l'application des principes de la CDEC de 2005 à l'ère du numérique afin d'en ressortir les bonnes pratiques ;
3. à l'importance de la coopération internationale en matière de promotion et de protection de la diversité des expressions culturelles, notamment dans les PED.

Le questionnaire a été conçu à l'aide du logiciel « Interceptum », une plateforme de création et d'hébergement de sondages en ligne. Il a été possible de répondre au sondage entre le 29 septembre et le 15 décembre 2014. Des invitations ont été envoyées aux personnes et organisations ciblées. Une stratégie de promotion du sondage a été faite sur les réseaux sociaux, principalement sur Facebook et Twitter, pour attirer l'attention de la communauté en ligne.

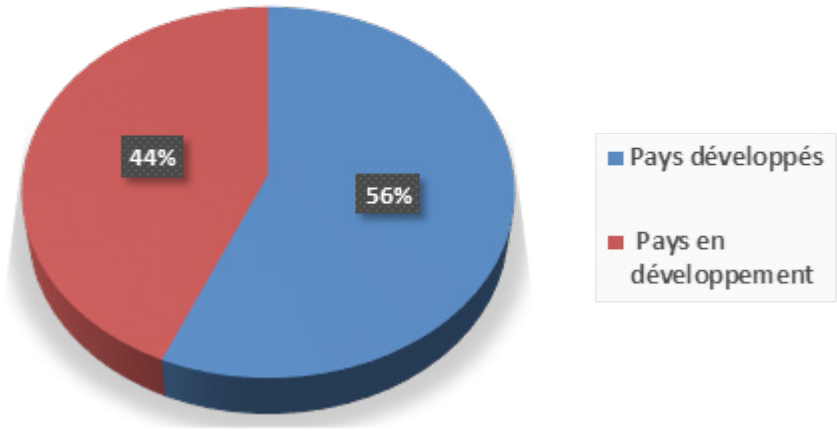
Suite à l'élimination des réponses non éligibles, nous avons travaillé avec un échantillon de 147 répondants dont 68% ont complété le questionnaire jusqu'à la fin. Nous avons obtenu des réponses de personnes de nationalités différentes représentant les cinq continents (voir les graphiques à la page suivante). Nous avons déterminé que 44% des répondants provenaient de PED, alors que 56% provenaient de pays développés.

Des vérifications ont été effectuées pour chaque questionnaire (règles de cohérence et de validité). Malgré les efforts déployés, les estimations comportent une certaine part d'erreur, mais nous avons validé la démarche, nos résultats et le traitement des réponses. Selon Bruno Marien, statisticien, cette marge d'erreur n'est pas significative, ce qui nous permet d'utiliser nos résultats en toute confiance. Nous avons dressé une liste des observations faites par les répondants, ponctuellement, tout au long de cette étude.

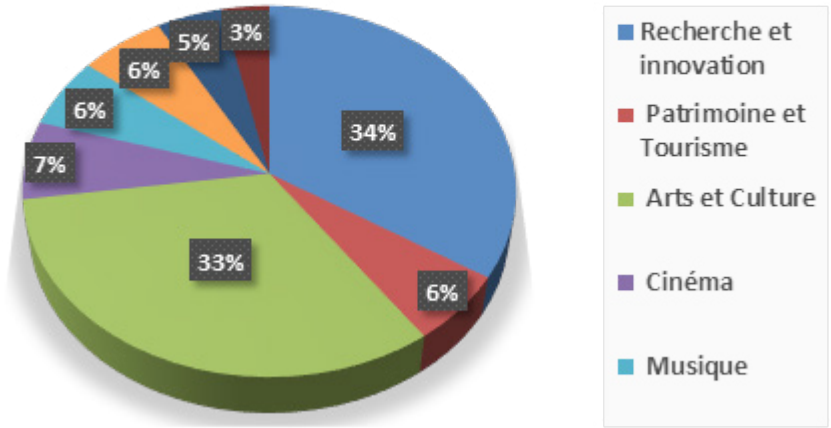
Répartition des répondants par fonction



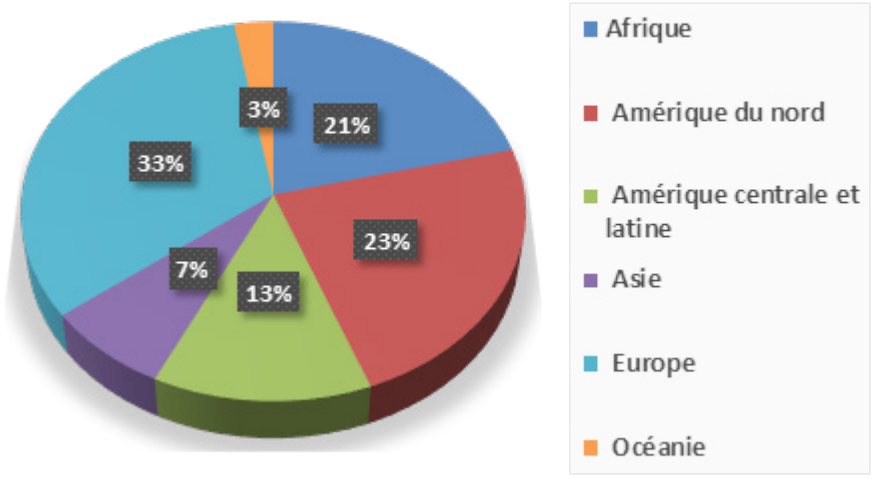
Répondants selon pays développés ou pays en développement



Répartition des répondants par secteurs d'activité



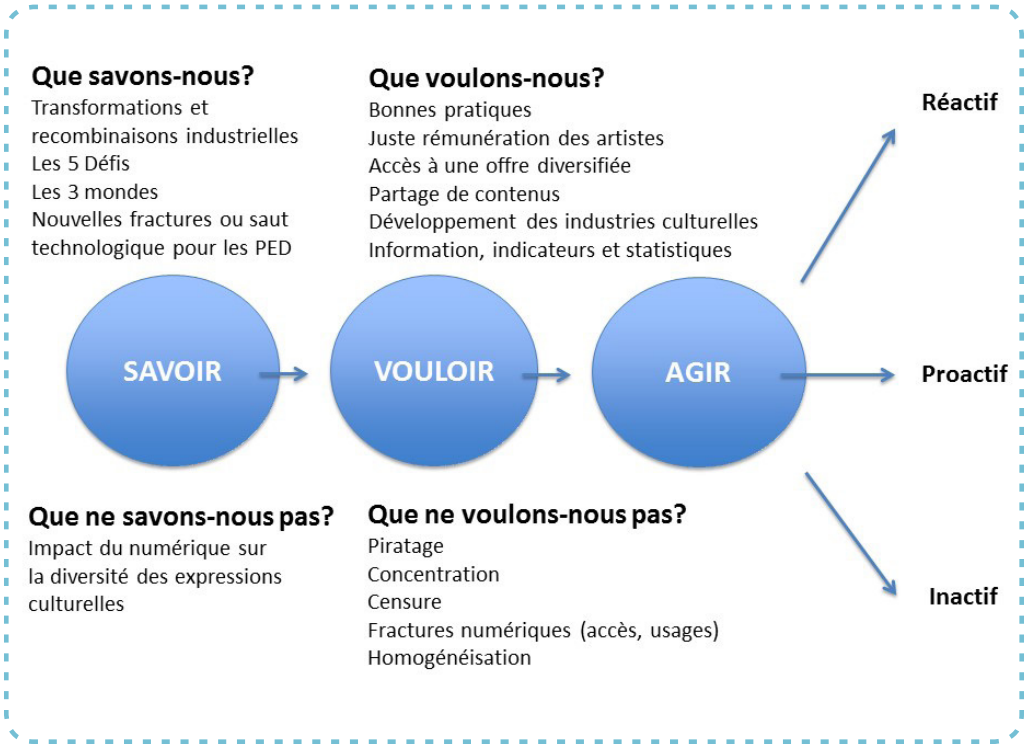
Répondants par continent



Structure de l'étude

Face à des enjeux d'une grande complexité, il fallait analyser les transformations liées au numérique afin d'en dégager les opportunités et les menaces qu'elles représentent pour la diversité des expressions culturelles. Ensuite, nous estimions qu'il fallait répertorier les pratiques et les politiques des acteurs avant de pouvoir trancher sur la dernière question qui concerne la mise en œuvre de la CDEC à l'ère du numérique.

L'étude est composée de trois sections. La première partie (Savoir) aborde les transformations liées au numérique en introduisant 5 grands processus (déterritorialisation, désintermédiation, délinéarisation, dématérialisation et décloisonnement) qui structurent un ensemble d'opportunités et de menaces qui interpellent l'action collective. Celle-ci doit, selon nous, faire plus interagir le monde de la culture avec les mondes du commerce et des télécommunications/Internet pour trouver des réponses appropriées à ces nouveaux défis de l'ère numérique. Cette première partie accorde une attention particulière aux enjeux culturels pour les PED.



La deuxième partie (Vouloir) porte sur les bonnes pratiques qui peuvent être des politiques ou des stratégies, des mesures ou des initiatives visant à articuler la culture et le numérique. Si plusieurs initiatives des États, de la société civile et du secteur privé constituent de bons exemples, il reste beaucoup à faire pour définir des politiques ou des stratégies susceptibles d'assurer que le numérique soit un vecteur positif pour la diversité des expressions culturelles au nord comme au sud. Ceci est important pour les PED qui pourraient, de manière exponentielle, accroître leur présence sur la scène internationale à l'aide d'un seul clic ou rester en marge si rien n'est fait pour développer le numérique culturel et la culture en réseaux. Nous terminons cette section en proposant un canevas de politiques culturelles 2.0.

La troisième partie (Agir) pose la question du numérique dans le cadre de l'application de la CDEC et celle de la pertinence d'élaborer et d'adopter de nouvelles directives, dans un contexte si radicalement nouveau. Insistant sur la nécessité de stratégies nationales et internationales visant à mettre la « culture en réseaux », nous mettrons en contexte les débats à l'UNESCO sur l'élaboration et l'adoption de directives opérationnelles. Nous mettons de l'avant l'idée d'une directive transversale visant l'application de la CDEC à l'ère du numérique. Cette étude comporte aussi des annexes, dont une qui présente les résultats du questionnaire (annexe 1).

1 SAVOIR - ENJEUX ET MESURE DE L'IMPACT DU NUMÉRIQUE

Principaux éléments :

- Le numérique a un énorme impact sur les industries culturelles.
- Il existe des opportunités et des menaces pour la diversité des expressions culturelles.
- Il faut assurer la visibilité des offres locales dans un monde transnational.
- Il existe des problèmes de financement de contenus riches et diversifiés.
- Les interactions entre culture, commerce et numérique requièrent de nouvelles mesures et de nouvelles politiques.
- Nous n'avons pas d'indicateurs permettant de mesurer l'impact réel du numérique sur la diversité des expressions culturelles.
- Il y a des risques de fractures culturelles numériques ou encore des possibilités de saut technologique permettant le développement rapide des industries culturelles et créatives.

Le numérique et la culture. De notre questionnaire :

- **73,6%** des participants à l'enquête pensent que le numérique affecte les biens et services culturels, dans toutes les dimensions (création, diffusion, distribution, formation).
- **86,7%** des pays développés identifient la distribution/diffusion comme un enjeu du numérique.
- **75%** des PED sont préoccupés par l'enjeu de la création/production.
- **54%** des répondants considèrent que le numérique a un effet positif pour la diversité des expressions culturelles.
- **73%** des répondants disent que l'augmentation de l'offre culturelle étrangère est plus importante que celle de l'offre locale et **85%** des personnes déclarent n'avoir pas constaté une augmentation de l'offre culturelle étrangère proviennent d'Europe et de l'Amérique du Nord.
- **63%** des répondants des pays développés indiquent une augmentation du rayonnement à l'étranger des biens et services culturels de leurs pays.

Introduction

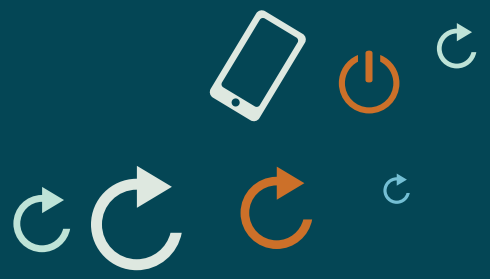
Les transformations que provoque le numérique sont significatives. Pour certains, c'est la victoire d'une mondialisation qui traverse les frontières et qui empêche toutes formes de barrières, y compris les politiques de protection des secteurs de la culture. (Ibbitson, 2014) Pour d'autres, c'est une invitation à repenser et adapter les politiques à l'ère du numérique. (Guèvremont *et al.*, 2013; Beaudoin, 2014) Plusieurs croient plutôt que de nouvelles régulations, prenant la forme de pratiques, de mesures, de politiques ou encore de lois et de règlements, sont nécessaires tant les choses ont changé. Ces analyses variées illustrent l'absence de consensus sur la manière de comprendre les transformations en cours tout comme sur la façon dont on devrait répondre aux défis du numérique. Chose certaine, les États sont de plus en plus confrontés aux enjeux et aux défis d'intégration du numérique dans plusieurs domaines de l'action publique.

Les mesures et les politiques liées à la protection des industries culturelles sont moins efficaces dans un contexte où la production et la diffusion de contenus culturels se font de plus en plus sans entraves territoriales et réglementaires. Du coup, la notion de « promotion » plutôt que celle de « protection » devient très pertinente sans toutefois annuler la seconde. Quelles actions concrètes les pays peuvent-ils prendre pour permettre une « promotion » efficace de leurs expressions culturelles à l'ère du numérique? Quelles seraient les manières de réinventer les mécanismes de « protection » dans un contexte de libéralisation et d'Internetisation des industries culturelles? Ces questions se posent dans tous les pays du monde.

Cette première partie (Savoir) de l'étude répond à la question suivante: quels sont les enjeux opérationnels et concrets du numérique pour la diversité des expressions culturelles, en particulier dans les PED? Cette partie aborde les transformations majeures liées au développement du numérique qui affectent nos sociétés dans toutes leurs composantes, culturelles, sociétales, politiques et économiques tout en essayant d'en dégager les opportunités et risques concrets, actuels et potentiels pour la diversité des expressions culturelles. Elle présente les 5 processus qui posent les défis du numérique : la déterritorialisation, la délinéarisation, la désintermédiation, la dématérialisation et le décloisonnement. Y figure également une section discutant des interactions entre trois mondes (commerce, culture, Internet) qui, selon nous, forcent les acteurs des industries culturelles à élargir leurs horizons et leurs collaborations aux mondes du commerce et des communications (télécommunications et Internet).

> C'est fini. La globalisation a gagné, dans la culture comme dans tous les autres concours. Les industries culturelles canadiennes devront compétitionner sur les marchés avec les autres. C'est juste une question de temps avant que les dernières protections ne soient démantelées. Ce ne sera pas long. *The End of Cultural Protectionism*, CIGIonline blog, John Ibbitson (Traduction libre de l'anglais).

> « Le déploiement foudroyant de l'écosystème numérique ne remet pas seulement en cause les modes de production, les modèles économiques et les pratiques sociales relatifs à la culture. Il pose à la puissance publique dans sa fonction régulatrice une question existentielle. » (Musitelli, 2014, p. 312)



Transformations et recombinaisons industrielles

Les modes de création, de distribution et de consommation des contenus culturels dans les nouveaux environnements numériques d'Internet ont été affectés par des transformations qui ont bouleversé les modèles économiques et politiques traditionnels adoptés jusqu'ici dans le domaine culturel.

La première décennie (1995-2004) est marquée par la création de l'OMC et par la commercialisation d'Internet seulement quelques années après que Timothy Berners-Lee ait établi la première connexion entre un navigateur et un serveur, donnant naissance au World Wide Web. À l'époque, le commerce fait son entrée dans les services, mais Internet et les télécommunications ne sont pas encore en synergie. Par ailleurs, les réseaux ne permettent pas encore de transmettre des produits culturels. Rapidement, Internet allait attirer l'attention du grand public de manière croissante et avoir un effet multiplicateur des impacts du numérique sur nos sociétés. Napster a développé une technologie qui a permis, fin 90, l'échange de la musique en format MP3 avec les conséquences que cela a eues sur la collecte des droits d'auteur. Malgré les débats entourant les problèmes causés par le piratage, la culture de la gratuité et du partage s'est imposée.

La deuxième décennie (2005-2014) est marquée par l'explosion des possibilités de transmission en temps réel de contenus multimédias entre les réseaux et les appareils diversifiés. On assiste à des changements majeurs dans les habitudes de consommation de produits culturels et à des modifications de l'offre et des modèles d'affaires. Les mondes distincts des industries culturelles et du commerce des services de télécommunications vont ainsi se retrouver en interaction croissante.

Les transformations induites par le numérique et Internet sont liées à un processus de recombinaisons industrielles majeures. Joseph Schumpeter (1942) parlait, il y a presque 100 ans, de destruction créatrice lorsqu'il observait comment l'innovation devenait le moteur de l'évolution du capitalisme. Alors que les innovations numériques font émerger de nouvelles technologies, de nouveaux usages, de nouvelles formes d'organisations ainsi que de nouvelles cultures de penser, de communiquer et d'agir, elles impliquent aussi le renouvellement de ce qui est « vieux ».

Il est difficile de faire un diagnostic précis des enjeux puisqu'il n'existe pas de données ni d'indicateurs permettant de mesurer l'impact du numérique sur la diversité des expressions culturelles. Plusieurs éléments portent à croire cependant que l'impact du numérique est double et contradictoire : d'une part, le numérique et Internet offrent l'opportunité d'accroître la création, la production et la circulation des œuvres, contribuant ainsi à assurer une « multiplicité des formes par lesquelles les cultures des groupes et des sociétés trouvent leur expression » (Article 4 de la CDEC) ; et d'autre part, couplé à la mondialisation, le numérique contribue à changer les règles du jeu de manière à favoriser la convergence et une nouvelle consolidation des médias et des plateformes de diffusion faisant craindre une certaine uniformisation de la culture ainsi qu'une problématique de monétisation des produits culturels qui pèse essentiellement sur les créateurs et les artistes.

La révolution numérique bouscule les modèles d'affaires des industries culturelles, alors que les plateformes de contenus interactifs et les applications en ligne deviennent des lieux privilégiés de consommation d'échanges culturels. En conséquence, les consommateurs ont tendance à payer dorénavant davantage pour l'accès aux contenus culturels que pour les biens propriétaires culturels.

Selon PwC, en 2018, les revenus de l'industrie médiatique devraient toujours être dominés par les revenus non numériques et par les États-Unis, mais les revenus numériques, les revenus de la publicité en ligne et la Chine auront fait un important rattrapage. (PwC, 2014) Dans ce processus enclenché de migration vers le numérique, on note plusieurs tendances pour 2018 :

- les revenus publicitaires sur Internet seront plus importants que ceux générés au niveau de la télévision. ;
- si les consommateurs veulent toujours plus de contenus, les revenus eux proviennent de l'accès aux services et moins des achats de produits culturels ;
- les revenus liés à l'accès 24/7 augmentent fortement : le *streaming* audio va augmenter de 13,4% en termes de revenus et le *streaming* vidéo augmentera de 28,1% ;
- les revenus seront de plus en plus importants pour les FAI (la proportion relative des revenus du secteur en 2013 était répartie comme suit : 45% pour le contenu ; 30% pour la publicité ; et, 25% pour l'accès Internet. En 2018, on estime que la part de l'accès Internet augmentera à 30% alors que celle des revenus liés aux produits culturels sera de 41%).

La musique enregistrée a perdu beaucoup de sa valeur et de ses effectifs dans l'intervalle de douze ans. Stéphane Le Tavernier, président de Sony France et du Syndicat national de l'édition phonographique (SNEP), affirme toutefois que : « Le numérique, c'est l'avenir de notre filière, c'est par là que l'industrie musicale relèvera la tête ». (Beuve-Méry, 2014) L'avenir est numérique.

L'offre s'ajuste et de nouveaux modèles d'affaires sont en émergence. Les plateformes numériques de diffusion gagnent de plus en plus de parts de marché, et elles deviennent également des producteurs de contenus, comme Netflix qui désormais produit plusieurs séries à succès. Un rapport, de la firme canadienne Sandvine révélait que trois ans après son expansion au Canada en 2010, Netflix représentait 30% à 40% des données téléchargées par les Canadiens aux heures de pointe. (Sandvine, 2014)

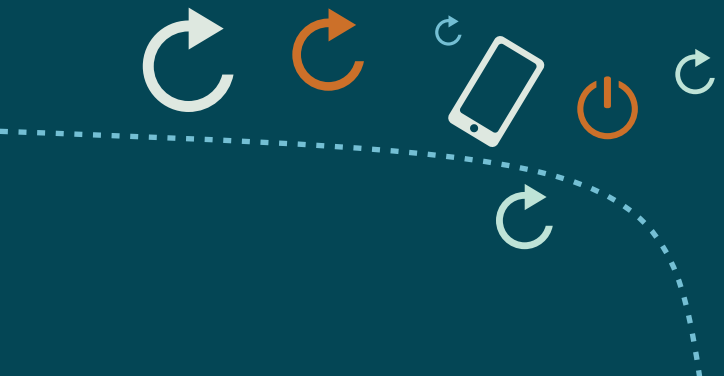
Du questionnaire, ce qu'ils ont dit :

« La transition vers un médium cinématographique entièrement numérique affecte toutes les sphères de production et de distribution. Ceci emmène plusieurs défis énormes, notamment préserver des capacités de financement et s'assurer de la pérennité du film. [...] L'apparition de l'Internet semble avoir donné l'illusion que tout est accessible, réduisant les efforts collectifs pour s'assurer l'accès aux biens et événements culturels réels, palpables (expositions, musique, théâtre). De plus, la concentration des médias (vers iTunes par exemple) semble avoir dramatiquement affecté les conditions de vie des artistes, musicaux par exemple, pour le pire. » Kim Nguyen, Réalisateur, Canada.

"Digital technologies have in my opinion, democratized the production/creation, distribution and consumption of cultural products across the world. For me in the academia, it has helped me to consume more of cultural goods emanating from various parts of the world; thus helping me in my work; something that wouldn't have been possible before the advent of the digital era. Again, it is also helping me to sell my own cultural-academic products to others across the world. Its a symbiotic kind of exchange it has enabled us to do." Chikezie Emmanuel Uzuegbunam, Nigeria.

Du questionnaire, ce qu'ils ont dit :

« L'exposition sur Internet à des contenus culturels (livres, sites, performances...) provenant du monde entier augmente la concurrence pour l'intérêt du public. S'ajoute l'exposition à de la publicité achetée par des producteurs culturels étrangers visant un très large marché et bénéficiant de moyens très significatifs. Le taux d'interactivité des contenus en ligne exerce également une pression sur les éditeurs, qui doivent repenser l'objet livre, bonifier le contenu textuel d'éléments externes sans pour autant en augmenter le prix de vente, la tolérance au prix de vente allant diminuant. Le numérique offre par ailleurs des opportunités d'interaction novatrices, plus libres, plus expérimentales, et qui donnent lieu à de nouvelles façons de faire, plus en phase avec les besoins et désirs des consommateurs. Il devient également plus facile de communiquer avec nos lecteurs, que ce soit par le biais des réseaux sociaux, de notre site, ou des blogues consacrés à la littérature. » Myriam Caron Belzile, Éditrice, Éditions Québec Amérique, Canada.



Jamais aussi diversifiées n'ont été les possibilités de démocratiser les sources et les échanges de produits culturels. La diversité des expressions culturelles à l'ère du numérique présente ainsi un double visage qui se traduit d'une part, par une abondance de biens et services culturels en ligne et, d'autre part, par une tendance à la concentration autour des puissantes firmes américaines du web (Google, Apple, Facebook, Amazon, YouTube ou Netflix). En France, les risques d'homogénéisation des contenus culturels diffusés avec l'arrivée de Netflix en 2014 ont ravivé les débats soulevés dès 2012 sur l'exception culturelle 2.0 et l'efficacité des politiques publiques. Le Rapport Lescure réaffirmait le principe d'exception culturelle promu par la France dès le début des années 80 qui signifie que la culture ne doit pas être considérée comme une marchandise comme une autre et que l'intervention de l'État apparaît nécessaire pour assurer la pérennité d'une offre culturelle riche. Les 80 recommandations du rapport sont regroupées sous trois grands thèmes soit : 1) l'accès du public aux œuvres et à l'offre culturelle en ligne; 2) la rémunération des créateurs et le financement de la création; 3) la protection et l'adaptation des droits de propriété intellectuelle. Parmi les recommandations les plus notables, on propose l'aménagement de l'offre légale de contenu en ligne et un questionnement de la chronologie des médias. Un assouplissement des règles permettrait une meilleure position pour les contenus français face à l'offre d'entreprises de vidéo à la demande. La proposition la plus audacieuse concerne le financement de la culture avec une suggestion de création d'une taxe sur « les appareils connectés » (ordinateurs, tablettes, téléphones intelligents et autres consoles de jeux en mesure de lire du texte, du son et des images). La proposition de la taxe a été écartée par le ministère de la Culture et de la Communication. Il s'agissait d'une taxe à la consommation renvoyant le fardeau fiscal et le financement de la culture aux consommateurs à l'heure où certains cherchent à faire contribuer les FAI et les opérateurs de services de téléphonie mobile, devenus de grands diffuseurs de contenus culturels. (Lescure, 2013)

Comment mesurer l'impact du numérique sur la diversité des expressions culturelles?

Nous commençons à mieux percevoir les transformations induites par le numérique et par Internet, mais nous sommes encore loin de pouvoir et mesurer leurs impacts sur la diversité des expressions culturelles. Il faut dire qu'il n'existe pas de mesures précises de la diversité des expressions culturelles. Il existe des instruments pour mesurer le numérique, mais ils ne sont pas révélateurs de la diversification des contenus culturels et audiovisuels en ligne. Nous avons des données sur les flux transfrontaliers qui dessinent les nouvelles routes du commerce, mais les controverses entourant la manière de classifier les nouveaux produits, et l'absence de lien direct avec un contenu local ou diversifié des expressions culturelles font qu'on ne peut pas faire une analyse précise des impacts du commerce électronique sur la diversité des expressions culturelles.

Différents obstacles au niveau de la collecte de données compromettent notamment la comparabilité des données et le suivi des politiques mises en œuvre dans le cadre de la CDEC :

- absence de consensus sur la définition et sur les indicateurs de biens et services culturels ;
- disponibilité inégale des données ;
- différences d'ordre méthodologique entre les indicateurs s'appliquant aux secteurs traditionnels et aux secteurs numérisés ;
- divergences en ce qui concerne les classifications des biens et services culturels ;
- culture traditionnelle de collecte de statistiques qui ne prend pas en compte la nouvelle donne, notamment les possibilités d'utiliser les métadonnées pour le développement de la statistique.

Les travaux de l'UNESCO sur le développement de statistiques culturelles sont notables et prometteurs, mais, pour l'instant, ils ne permettent pas une analyse fine et fondée sur des éléments factuels quantifiables de la circulation et de l'évolution de biens et services culturels à l'ère numérique. Il faudrait pouvoir croiser les indicateurs de circulation des biens et services culturels avec ceux du numérique et du commerce. (UNESCO, 2014a)

En s'appuyant sur le rapport « Indicateurs fondamentaux des TIC » élaboré avec la CNUCED, le croisement des indicateurs des TIC et de la batterie d'indicateurs de l'UNESCO pourrait permettre la mise en relation entre les mesures de la diversité des expressions culturelles et le numérique. Il serait aussi opportun de puiser dans les banques de données réalisées par certaines organisations (World Economic Forum, Eurostat/European Statistical System network on Culture-ESSnet-Culture, Union internationale des télécommunications).

Un DÉFI de taille

Ce qu'il faut mesurer, c'est l'impact du numérique sur la diversité des expressions culturelles. Dans un contexte de croissance des flux transfrontaliers de contenus culturels liés à l'émergence de réseaux qui dessinent les nouvelles routes du commerce par voies électroniques, nous devrions mesurer : 1) les flux transfrontaliers qui traversent les frontières ; 2) les parts local/étranger des contenus culturels consommés par pays ; et 3) la part de l'offre locale sur les marchés mondiaux. Préalablement, il faudrait définir ce qu'est une offre locale en tenant compte du contexte évolutif et de plus en plus transnational.

Sur le plan méthodologique, nous constatons qu'il existe une problématique d'importance significative au sujet de la classification des produits culturels à l'ère du numérique. Certains services culturels peuvent parfois se trouver dans la classification des services numérisés ou numériques, ou encore des services de télécommunications.

Comment innover?

Le numérique et l'utilisation des données massives (Big Data) peuvent aider à mieux faire connaître la nature et l'importance des flux de services culturels. Des données pourraient être mobilisées par des ententes ou des partenariats avec la société civile, ou encore avec les entreprises privées qui détiennent des métadonnées sur la diversité des profils des utilisateurs ainsi que sur leurs habitudes de consommation de biens et services culturels.

Indicateurs de l'UNESCO

Les Indicateurs UNESCO de la culture pour le développement (ICD), sont appelés aussi Batterie d'Indicateurs de l'UNESCO. La méthodologie de ce cadre de référence a été développée à travers un processus participatif, conjuguant la participation d'experts internationaux, de représentants des pouvoirs publics nationaux, d'Instituts nationaux de la statistique et d'autres partenaires internationaux. La version 2014 du Manuel méthodologique et du Guide de mise en œuvre des Indicateurs UNESCO de la culture pour le développement représente la première étape dans la mise en œuvre d'une harmonisation normative universelle susceptible de produire des données comparables à l'échelle internationale. (UNESCO, 2014a)

Le Creative Economy Report publié par l'UNESCO, permet de cibler deux groupes d'indicateurs pouvant aider à enrichir la démarche.

Industries créatives (UNESCO 2013, p. 126) :

1. petites et moyennes entreprises (PME) dans le secteur culturel, par industrie et groupe de produit ;
2. entreprises locales de grosse taille produisant des biens et services culturels (par exemple, studios de cinéma et maison d'édition) ;
3. filiales nationales des entreprises culturelles transnationales.

Exportations (UNESCO 2013, p. 129) :

1. volume et valeur des exportations de biens et services culturels ;
2. pourcentage d'exportations liées à la culture par rapport à la valeur totale d'exportations ;
3. balance commerciale des biens et services culturels.

L'économie créative (regroupant les produits audiovisuels, le design, les nouveaux médias, les arts du spectacle, l'édition et les arts visuels) est un secteur en pleine croissance. Le commerce mondial de biens et services créatifs a atteint 624 milliards $US en 2011 (UNESCO, 2013) ; c'est plus que le double en 10 ans – et dans les PED, l'exportation des biens créatifs a augmenté en moyenne chaque année de 12,1% (de 2002 à 2011). Le secteur des industries culturelles et créatives représenterait 1600 milliards $US et il contribuerait à environ 3,4% du PIB mondial en 2007. En supposant que cette croissance se maintienne, elle pourrait offrir aux PED des opportunités d'accroître leur part du marché mondial de produits culturels. (UNCTAD, 2008, p. 49) Cette évolution n'aurait pu être aussi rapide sans l'apport du développement des TIC. Sur la base d'indicateurs de mesure de la société de l'information tels que le taux de pénétration d'Internet, le taux de connexion à la bande passante internationale et le panier de prix des technologies numériques (mobiles, ordinateurs fixes, etc.), nous pouvons souligner deux tendances susceptibles d'affecter la diversité des expressions culturelles : l'essor du mobile et de l'industrie des applications et la croissance du taux d'abonnements à haut débit mobile (annexe 3).

Selon le Rapport mondial sur la technologie de l'information 2014 (FEM, 2014), le développement des infrastructures TIC ne suffit plus pour garantir une bonne accessibilité des contenus numériques et il est nécessaire d'avoir une vision à long terme traduisant l'importance des TIC dans l'avenir du pays. On note par exemple dans ce rapport que la Norvège et le Royaume-Uni figurent parmi le top 5 des pays dans lesquels il y a une bonne disponibilité des dernières technologies numériques et où les contenus numériques sont le plus accessibles. Les PED comme le Sénégal, le Maroc, la Tunisie, le Nigéria ou encore le Burkina Faso occupent de meilleures positions en matière de disponibilité des dernières technologies numériques qu'en matière d'accessibilité du contenu numérique. Ces pays devraient donc fournir plus d'efforts au niveau de la production et de la diffusion de contenu local comme moyen d'expression de la diversité culturelle. En ce qui concerne l'importance des TIC dans la vision d'avenir, des pays comme la Corée, la Chine, le Viêt Nam et le Sénégal obtiennent un bon score et devancent même au classement la France et le Canada. Au vu de leurs résultats, on peut considérer que ces pays sont avancés dans la mise en œuvre de plans nationaux de promotion et d'accessibilité des TIC (annexe 3).

Selon un rapport de l'Union internationale des télécommunications (UIT, 2013a), on dénombrera dans le monde autant d'abonnements au cellulaire mobile que d'habitants sur la planète, le chiffre devant dépasser le seuil des sept milliards en 2014. En 2013, les taux de pénétration du téléphone mobile auront atteint 96% dans le monde, 128% dans les pays développés et 89% dans les PED. Le Rapport sur l'Économie des applications au Québec, publié en mars 2013, indique qu'aux États-Unis, par exemple, le temps passé avec des applications mobiles a dépassé le temps passé à naviguer sur

Internet via un ordinateur et se rapproche du temps passé à visionner la télévision. Confirmant ces tendances, Apple annonçait en 2013 que plus de 500 millions d'abonnés actifs avaient téléchargé 40 milliards d'applications à partir de sa boutique en ligne, l'App Store, depuis que celle-ci a été créée en 2008. Le Conseil des technologies de l'information et des communications (CTIC) estime pour sa part qu'environ 1,2 milliard des abonnés à des services mobiles à large bande ont téléchargé 50 milliards d'applications gratuites et payées jusqu'en mars 2013, ce qui constitue un marché global de 26 milliards $US pouvant franchir la barre des 58 milliards $US en 2014 en tenant compte des revenus générés par la publicité, les abonnements, ainsi que les téléchargements ou achats de plus de 2 300 applications quotidiennement mises sur le marché. L'industrie des applications devient un maillon indispensable de la chaîne de valeur numérique au niveau mondial. (CTIC, 2013)

À la fin de l'année 2011, on dénombrait presque 600 millions d'abonnements à haut débit fixe (filaire), soit un taux de pénétration mondial de 8,5% contre environ 530 millions l'année précédente. Parallèlement, le nombre d'abonnements à la large bande mobile a progressé de 40% entre 2010 et 2011, pour s'établir à presque 1,1 milliard à la fin de l'année 2011, soit un taux de pénétration mondial de 16%, contre 12,6% en 2010. Dans les PED, le nombre d'abonnements mobiles haut débit a plus que doublé de 2011 à 2013 (472 à 1160 millions) et dépassé ceux des pays développés en 2013. L'Afrique est la région avec les taux les plus élevés de croissance au cours des trois dernières années. (UIT, 2013b) L'essor des téléphones intelligents et des tablettes à un prix abordable aura une incidence significative sur le nombre d'abonnements à la large bande mobile et sur le nombre d'internautes mobiles. Conjugué à l'augmentation des applications vidéo mobiles, il contribuera à l'augmentation du trafic de données mobiles et de contenus culturels.

On sait donc que le numérique a et continuera d'avoir des impacts énormes sur les industries et les sociétés. Par contre, il n'existe pas d'indicateurs pouvant qualifier la nature diversifiée des contenus culturels numériques sur les marchés globaux/locaux de la culture. Le chaînon manquant se situe au niveau des indicateurs pouvant nous renseigner sur les impacts du développement des réseaux et des technologies numériques et la production/diffusion/consommation des biens et services culturels. Les métadonnées du web et les plateformes de référencement pourraient permettre une analyse précise de l'état des choses et des évolutions, un préalable à l'adaptation des politiques et des stratégies culturelles au contexte numérique. Des partenariats multiacteurs, surtout avec les entreprises transnationales du numérique qui détiennent des métadonnées sur la diversité de profils des utilisateurs ainsi que sur leurs habitudes de consommations de biens et services culturels, seraient utiles. Une solution technologique s'inspirant des techniques de *crowdsourcing* combinées aux techniques d'analyse de marketing numérique pourrait alimenter en continu des banques de données sur la « culture en réseaux ».

Rapport Attali

« Avec plus de 80% de la population africaine connectée à un réseau de téléphonie mobile, l'Afrique est aujourd'hui le deuxième plus gros marché au monde pour la téléphonie mobile. Le taux spectaculaire de pénétration en Afrique du mobile, de l'ordre de 50% alors qu'on attendait 5%, indique que la génération technique du téléphone filaire sera sautée en Afrique. » (Attali, 2014, p. 55)

« Le numérique constitue un formidable moyen pour diffuser la langue et la culture françaises : à travers les contenus Internet (notamment, le volume de pages Wikipédia), la diffusion de musique et de vidéos, également à travers les applications smartphones du type Duolingo ou Ruzzle pour apprendre les langues. » (Attali, 2014, p. 56)

Rapport Lemoine

Le Rapport Lemoine indique que la transformation numérique est davantage porteuse d'opportunités que de risques pour l'économie française à condition de transformer l'entreprise et de refonder la légitimité publique, tout en exploitant les nouvelles sources de richesse que sont l'intelligence collective et les données. (Lemoine, 2014)

5 Cinq processus, cinq défis

Dématérialisation / Désintermédiation / Décloisonnement / Délinéarisation / Déterritorialisation

Nous avons distingué cinq processus liés au numérique qui posent autant de défis pour les politiques publiques et la coopération internationale. Les réponses des États et des acteurs sont encore ambivalentes et controversées. Plusieurs considèrent qu'il est tôt trop pour intervenir alors que d'autres notent l'urgence d'agir. Certains préconisent des réponses musclées et interventionnistes alors que d'autres se questionnent sur la nature des solutions à apporter aux nouveaux défis.

Deux problèmes principaux ressortent : le financement de la création et la production de contenus culturels et la manière d'en assurer la visibilité, car si tout se trouve sur Internet, il est difficile de trouver sa place dans un univers si vaste où tout un chacun rivalisent pour capter l'attention des consommateurs et des utilisateurs.

Dématérialisation

Amorcée à la fin des années 1990 par le croisement des technologies de numérisation et des plateformes de partage, et de la croissance importante du nombre d'utilisateurs de l'Internet, la migration des produits culturels physiques vers l'univers numérique ne se fait pas sans remettre en cause les fondements sur lesquels reposent les entreprises qui ont contribué, depuis des décennies, à l'essor des industries du disque, du cinéma et du livre.

Le numérique a permis de reproduire des objets de formats physiques en format immatériel. La dématérialisation des contenus facilite leur circulation et ouvre la possibilité à des perspectives de réutilisation et de réarrangement de ces contenus. La dématérialisation 2.0 signe l'éclatement des modes d'accès et de consommation des biens et services culturels numériques. Ceux-ci se mutent dans des objets qualifiés de « transmedia » avec des points d'entrée multicanaux et multisupports qui, contrairement aux médias traditionnels, offrent la possibilité d'une consommation fragmentée et délinéarisée dans l'espace et le temps. Avant la dématérialisation, on payait pour la possession du produit culturel physique (un disque, un journal, un livre) ; aujourd'hui, on paie plutôt pour l'accès, que ce soit via un abonnement à un service Internet, un service de téléphonie cellulaire ou un abonnement à un agrégateur de contenus comme Netflix.

Prenant le cas de l'industrie de la musique, dont les revenus totaux des grandes étiquettes ont stagné au cours des dernières années, l'anticipation des revenus provenant des ventes de musique en ligne a, pour la première fois en 2013, surpassé celle des ventes de copies physiques de CD et de vinyles, avec 55% contre 45% pour les copies physiques. (Cammaerts *et al.*, 2011) Récemment, des services infonuagiques ou Cloud, c'est-à-dire des services de stockage sur Internet via les serveurs des entreprises, gagnent en popularité. De nombreux « services » culturels se retrouvent sur ce type de support sans que les utilisateurs puissent être protégés des risques de voir ce contenu culturel, tels que des livres sur Kindle ou Kobo, acheté et supprimé du jour au lendemain. Plusieurs de ces services viennent avec une licence d'usage, ce qui revient à dire que le produit n'est pas la propriété du consommateur. (Ichbiah, 2014)

La dématérialisation s'accompagne parfois d'un processus de rematérialisation qui permet de réintégrer les composants numériques dématérialisés dans des objets miniaturisés et plus adaptés que l'ordinateur. L'exemple du Kindle d'Amazon qui se prête mieux à la lecture d'*eBooks* que sur l'ordinateur constitue une illustration du processus de rematérialisation.

Il est donc de plus en plus complexe de distinguer les services des biens et vice-versa, ce qui a des incidences sur la classification des produits, sur la lutte contre le piratage, les stratégies de développement de l'économie numérique et des industries créatives et sur la manière dont on doit développer l'offre culturelle numérique.

Réponses variées - le cas du piratage

L'évolution des régimes de droits de propriété intellectuelle (DPI) dans plusieurs États va dans le sens d'un prolongement de la durée de la protection. Les DPI s'assimilent de plus en plus à un modèle en concurrence avec l'économie du partage que permettent les plateformes numériques. Si les industries culturelles continuent à mettre l'emphase sur la protection des DPI, les utilisateurs d'Internet la tiennent souvent pour obsolète, car ils ont développé une culture de la gratuité. Le décalage est culturel. Il y a certes une tendance à adapter la gouvernance des DPI au nouvel environnement numérique. Reste que la question de la lutte contre le piratage est controversée.

Au Royaume-Uni, depuis 2010, le Digital Economy Act prévoit l'obligation pour les FAI de tenir un registre des adresses IP (Internet Protocol) qui auraient effectué une violation de droits d'auteurs. La mise sur pied du système de notification par lettre d'avertissement fut repoussée, ce qui laisse entrevoir les hésitations du gouvernement qui a déjà abandonné l'application de certaines sections de la loi. L'industrie a d'ailleurs développé une stratégie alternative pour freiner le partage de fichier en ligne, par une ordonnance de la Intellectual Property Enterprise Court forçant les FAI à bloquer certains sites. Aux États-Unis, un accord entre les entreprises privées a été mis en place en 2013 relativement aux « alertes au copyright ». Giblin (2013) note que très peu d'informations sur l'efficacité du système ont été rendues publiques. Rappelons que les États-Unis ont débattu de ces questions avec le projet de loi SOPA (Stop Online Piracy Act) qui est resté sur les tablettes.

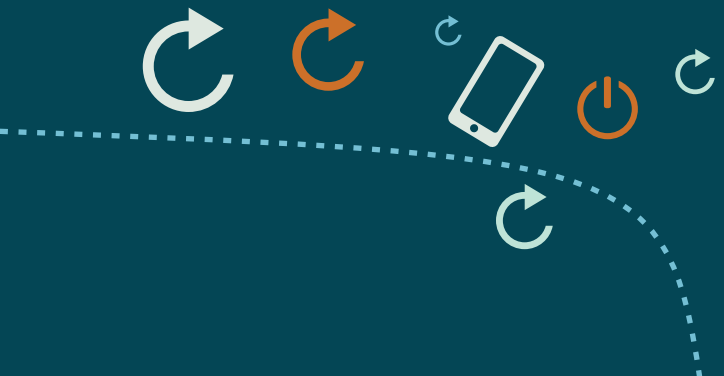
En France, on a créé la Haute Autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur Internet (HADOPI) qui a mis en place une réponse graduée allant d'un simple avertissement par courriel jusqu'à la notification par écrit de la possibilité de poursuites pénales. Le Rapport Lescure sur les politiques culturelles à l'ère du numérique avait par contre conclu que l'HADOPI n'atteignait pas ses objectifs, car le système de sanction s'est révélé inefficace et a opposé le public et les artistes. La ministre de la Culture et de la Communication, Fleur Pellerin, vient de prendre de nouvelles mesures de lutte contre le piratage visant à rediriger l'internaute français vers les sites légaux à travers une stratégie visant à répertorier et à mieux faire connaître l'offre légale de vidéo à la demande (VoD) qui est souvent moins accessible ou moins visible que les sites illégaux. Une collaboration avec le Centre National du Cinéma permettra de populariser une nouvelle base de données qui compte plus de 10 000 longs-métrages. Quatre sites d'actualités cinématographiques et de recommandations culturelles bien référencés et à forte audience (Allociné, Télérama, Première et Sens Critique) disposeront d'un lien « voir ce film en VoD » ou « disponible en VoD » qui renverra vers le catalogue des VoD disponibles chez une douzaine d'éditeurs dont Canalplay, MyTF1VOD, FranceTVPluzzVAD, FilmoTV, OCS ou ArteVOD. Netflix ne figure pas sur la liste, car le dispositif n'intègre que les plateformes de vidéo qui s'engagent à respecter les obligations françaises en termes de régulation en contribuant au financement de la création et à l'exposition des œuvres françaises et européennes. Par ailleurs, les autorités françaises ont décidé de sévir davantage contre les sites illicites à travers l'établissement d'une liste noire de ces sites et l'assèchement de leurs revenus par le piratage à travers un détournement de leur audience.

Si pour de grands joueurs, comme la Motion Picture Association of America (MPAA), le partage de fichiers en ligne est dommageable, ceux-ci sont aussi les premiers à restructurer leurs activités en prenant le virage numérique. Les revenus mondiaux de la musique enregistrée sont passés de 28 milliards $US en 2003 à 15 milliards $US en 2013 (IFPI 2014), alors que les revenus provenant de produits numériques sont évalués à 6 milliards $US en 2013, soit 39% des revenus totaux de l'industrie. Aussi, les revenus numériques provenant d'abonnements à des services musicaux tels que Deezer ou Spotify ont augmenté de 51,3% en 2013. Les services numériques de musique se multiplient, le site Pro-Music en a recensé plus de 450 qui opèrent dans plus de 100 territoires.

Selon HADOPI, les offres licites ont été citées comme outils de lutte contre le piratage. Ainsi, les solutions doivent passer par des offres légales compétitives avec la piraterie, ce qui permet aussi de pérenniser les systèmes de financement de la création de contenus. (HADOPI, 2014) Fait intéressant, une étude de l'IFPI portant sur la Norvège mentionne que les jeunes semblent désormais se tourner de plus en plus vers l'offre légale de *streaming* avec pour incidence la diminution de manière significative du piratage. (IFPI, 2014)

Du questionnaire, ce qu'ils ont dit :

"The digital oligarchies that have grown up around business models based on free access to content without compensation are largely to blame but this is exacerbated by the «technology triumphalism» that so many academics have adopted. There is an intellectual dishonesty rampant in the corporate sector and a parallel intellectual laziness in academe around these issues." Alexander Crawley, Executive Director, Professional Writers Association of Canada, Canada.

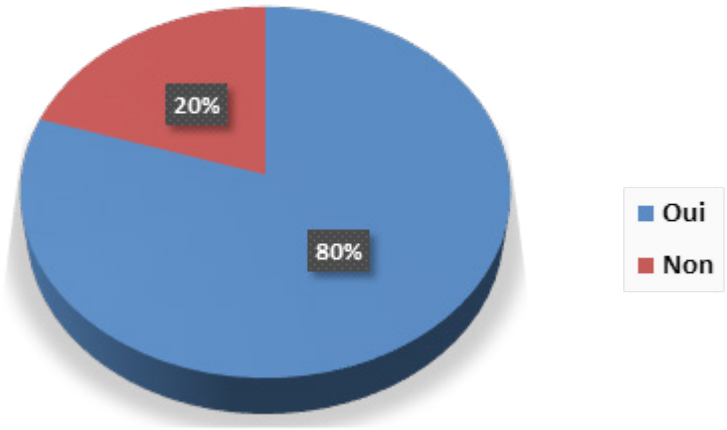


Les évolutions et tendances du marché de la musique à l'ère du numérique

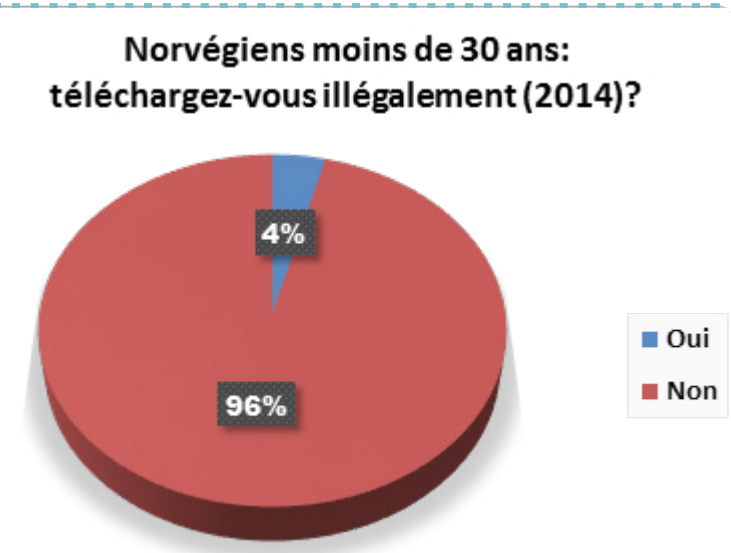
Au Québec, les ventes de produits sur support physique en équivalent d'albums ont diminué de moitié depuis 2004. Les ventes de produits numériques ne sont venues compenser que pour un peu plus de la moitié de la diminution durant cette période. Le marché ne retrouve pas les niveaux de revenus atteints au début des années 2000 et la croissance des revenus liés au numérique se concentre dans des productions autres que locales. La part québécoise des ventes d'albums numériques se situe à 27,9% du total des ventes numériques en 2013 alors que les ventes physiques en représentent environ 50% du total. La situation est encore pire si l'on ne tient compte que des pistes numériques québécoises téléchargées, qui n'occupent que 7% du marché de la piste numérique. En 2013, la part des œuvres francophones vendues au Québec se situe à 37% pour le CD (40% en 2012), 22% pour les albums numériques (25% en 2012) et 7% pour les pistes numériques (8% en 2012). (Observatoire de la culture du Québec, 2014 ; ADISQ, 2014)

Le marché français de la musique a pour sa part vu ses revenus progresser pour la première fois depuis 2002. Il n'en reste pas moins qu'il a perdu le tiers de sa valeur depuis 2007. Là aussi, la croissance des ventes numériques n'est pas parvenue à compenser l'effondrement des ventes physiques. La part des productions françaises dans les ventes totales atteint 70%, le plus haut niveau depuis 10 ans. Les revenus de l'écoute en ligne représentent plus de la moitié des revenus en ligne. Le marché français se caractérise par une faible part de marché des ventes numériques (22% alors que la moyenne mondiale est de 43%) et par une proportion beaucoup plus élevée d'écoute en ligne dans le total de la consommation numérique. (SNEP, 2014)

Quinze marchés ont vu une croissance des revenus de l'industrie de la musique en 2013 : l'Argentine, l'Amérique centrale, le Chili, la Colombie, le Danemark, la Grèce, l'Islande, les Pays-Bas, la Norvège, le Paraguay, le Pérou, la Russie, la Suède, Taiwan et le Venezuela. Certains d'entre eux connaissent une importante croissance des revenus numériques, allant même jusqu'à 149% d'augmentation dans le cas du Pérou. Il n'en demeure pas moins que le marché mondial de la musique reste concentré sur cinq pays (États-Unis, Japon, Royaume-Uni, Allemagne et France) qui représentent à eux seuls les trois quarts des ventes de musique à travers le monde. (IFPI, 2014)



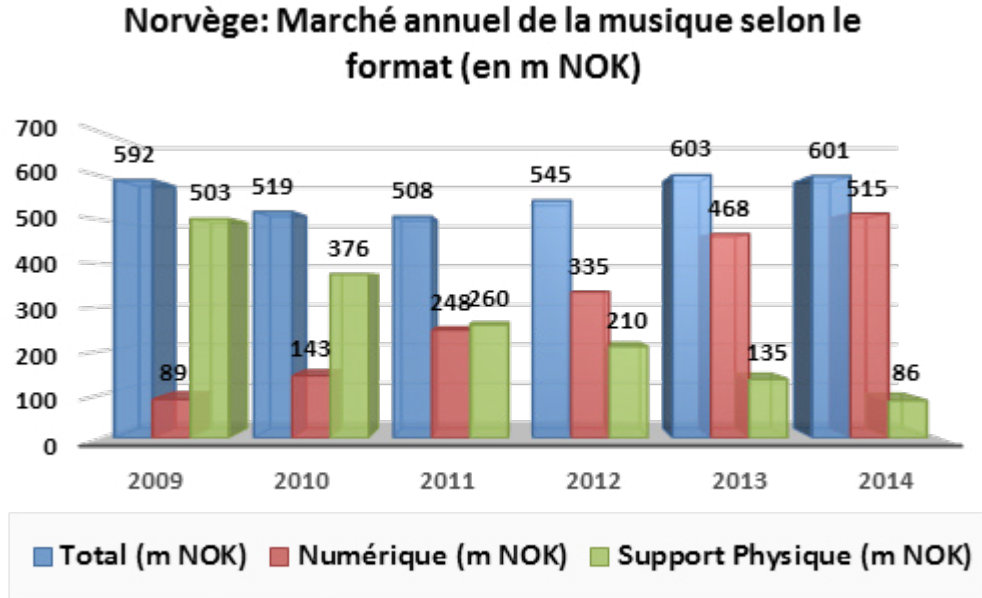
Source: IFPI Norge/GramArts surveys



Source: IFPI Norge/GramArts surveys

Il est important de reconnaître la transnationalité croissante de ces questions de droits d'auteur. La fragmentation des sociétés de gestion des DPI dans chaque État (lorsque ce n'est pas à l'intérieur même des pays) représente un obstacle à l'innovation et à la régulation. L'Union européenne a adopté, en 2014, la Directive sur la gestion collective du droit d'auteur qui vise notamment à faciliter l'octroi de licences multiterritoriales par les sociétés de gestion collective des droits d'auteur pour l'utilisation de la musique sur l'Internet. Ces questions se retrouvent dans les débats et les négociations internationales, tant à l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI) que dans les différentes négociations commerciales touchant à l'accès au marché des services et aux aspects de DPI liés au commerce.

Le développement d'une offre légale payante reste freiné par la prédominance du modèle de la gratuité ou du financement par la publicité. Cela pose toujours avec autant d'acuité la problématique du respect du droit d'auteur et son corollaire de la lutte antipiratage à travers la juste rémunération des créateurs, au moment même où l'échange de biens culturels se déploie dans l'ombre des réseaux de distribution marchande de biens culturels.



Source: IFPI Norge/MBW analysis

Du questionnaire, ce qu'ils ont dit :

« … la gestion des droits d'auteur deviendra plus complexe ». Bilel ABOUDI, ministère de la Culture, Tunisie.

« C'est grâce au numérique qu'on a assisté à l'émergence de l'industrie « Nollywood » au Nigéria, mais c'est aussi, les effets négatifs du numérique, notamment la piraterie, qui ont freiné le développement des industries musicales et cinématographiques dans bon nombre de pays africains comme la Côte d'Ivoire ». Behila Calixte Angama, Chef de Mission Culturelle de l'Ambassade de Côte d'Ivoire en Afrique du Sud.

"It's a challenge in both positive and negative way. Digital technology gives overwhelming opportunities that might distract cultural actors. At the same time traditional ways of intellectual property rights are questioned". Radkov, Deputy Director, oglisyi Philharmonic, Russia.

« Le numérique présente un double visage. D'abord son premier visage est celui de faciliter la production, la diffusion/commercialisation des produits culturels. Ensuite, il peut à certains égards nuire à la création et la production culturelle même par le piratage facile et l'introduction d'un nouveau mode d'accès et de consommation de produits culturels inadapté au contexte des pays comme ceux du Sud. » Souleymane Ibrahaim, Directeur, Agence de Promotion des Entreprises et Industries Culturelles du Niger.

Désintermédiation

Avec le numérique, le pouvoir des consommateurs de biens et services culturels est décuplé, les faisant passer d'un statut de consommateur passif à un statut d'usager autoproducteur ou de coproducteur culturel, participant activement à l'espace de co-création de valeurs qu'est devenu Internet. La notion de créativité, souvent associée à l'idée d'imagination ou d'inventivité des seules grandes figures légitimes de créateurs (peintres, sculpteurs, acteurs, auteurs, danseurs, créateurs de mode, etc.), étend dorénavant ses frontières à l'expression des talents de simples amateurs dotés du pouvoir de générer des contenus interactifs culturels.

La désintermédiation signifie un affaiblissement des intermédiaires traditionnels entre producteurs et consommateurs au profit d'une relation directe entre ceux-ci comme dans le cas d'échanges marchands (économie contributive), financiers (*crowdfunding*) ou non marchands (échanges en P2P par exemple). Dans le secteur du cinéma, le rôle des intermédiaires est limité par la possibilité qu'ont les producteurs, en particulier de films indépendants, de distribuer leurs films sur Internet (Iordanova et Cunnignham, 2012), ce qui présente des avantages certains en matière de réduction de coûts, de redistribution de revenus et d'accès direct aux consommateurs et aux communautés d'utilisateurs. On peut citer l'exemple de Touscoprod.com, la 1re plateforme de financement participatif dédiée à 100% au cinéma. Si ce sont les petits producteurs qui sont censés bénéficier des avantages de ce nouveau monde de la distribution qui offre des opportunités de financement de la production et des opportunités de distribution désintermédiée à travers l'autopromotion, ce sont eux aussi qui ont besoin de travailler le plus afin de prendre le virage numérique.

La désintermédiation présente des avantages, mais le défi est de trouver un équilibre entre les nouvelles pratiques d'échange et l'économie de partage d'une part, et la nécessité de penser à de nouveaux moyens de tirer profit de celles-ci pour développer les industries culturelles et créatives, d'autre part. Ainsi, la désintermédiation n'est pas un processus linéaire puisqu'il existe de nouveaux intermédiaires ouvrant un nouveau front de concentration par la réintermédiation. L'on peut penser à la publicité ou à Google ou Facebook qui ont *de facto* une emprise sur la visibilité et la hiérarchisation des contenus en maîtrisant les métadonnées et les mécanismes de valorisation des contenus web.

De nouveaux intermédiaires tels que Netflix, iTunes, Amazon ou encore Google offrent des solutions de diffusion contournant ou court-circuitant la chaîne de valeur de la distribution classique ainsi que les anciens intermédiaires que sont les bibliothèques, les libraires et les salles de cinéma. Si Amazon attribue 40% de ses ventes à son moteur de recommandation et Netflix, 60%, c'est bien

grâce à de nouvelles formes d'intermédiation en ligne qui s'appuient sur l'analyse intelligente des traces d'utilisation de milliers d'internautes. Cette situation permet de prendre la mesure des logiques de réintermédiation et de concentration de la fonction de distribution pour capter l'attention des consommateurs.

La donnée personnelle culturelle constitue de, nos jours, un marché attractif pour les acteurs des secteurs numérique et culturel, qui s'engagent dans une véritable ruée vers l'or dans le but de pouvoir « contrôler », « prévoir » et « recommander » grâce à l'exploitation des données de masse. Les géants de l'Internet disposent de « data centers » où sont stockés des millions de données et de métadonnées, strictement confidentielles, qui renseignent sur les préférences de consommation des utilisateurs des plateformes de contenus culturels.

Une préoccupation liée aux algorithmes de recommandation est de savoir qui contrôle l'expérience sur Internet : le consommateur ou les prescripteurs, ou encore les deux. En répondant à la logique du star-system, les prescripteurs ne font parfois qu'orienter les choix des consommateurs selon leurs stratégies de production, de diffusion ou de distribution (Benghozi et Paris, 2003), ce qui permet de croire que les algorithmes de géants de l'Internet menacent la diversité des expressions culturelles. Google est aussi régulièrement soupçonné de favoriser ses propres services (YouTube, Google Maps, etc.) dans les résultats de recherche proposés par son moteur de recherche. Par ailleurs, les algorithmes qui permettent de personnaliser les résultats de recherche peuvent finir par créer un effet de miroir ou de bulle autour des utilisateurs. On évoque ainsi des risques de standardisation d'une offre de plus en plus calquée sur les attentes du public. Finalement, l'utilisation des algorithmes soulève des problèmes d'ordre éthique et juridique, relatifs au respect de la vie privée des utilisateurs, puisque les stratégies de collecte se font sur la base de la surveillance permanente des données des utilisateurs et consommateurs de biens et services culturels en ligne. (Garside, 2014)

D'un autre côté, ces technologies et ces données peuvent aussi fournir des instruments nouveaux pour répondre aux défis liés à la diversité culturelle à l'ère du numérique. Selon le Forum d'Avignon, la progression des outils d'analyse des données, ainsi que l'efficacité des recommandations des plateformes numériques et l'intérêt croissant suscité auprès des utilisateurs, entraînent une véritable redistribution des cartes en ce qui concerne l'accès aux biens et services culturels. (Forum d'Avignon, 2014) L'utilisation vertueuse des métadonnées pourrait permettre la diversification des contenus sur la base de l'exploitation appropriée et de la valorisation des données personnelles laissées par les internautes, et ceux qui n'auront pas su relever ce défi seront les grands perdants de demain. L'étude conclut que l'adoption d'une approche de partage des données culturelles

Le pouvoir de l'algorithme

Selon une étude du Conseil d'État Français, bien que les algorithmes présentent une grande efficacité pour assurer la satisfaction immédiate de l'utilisateur pour trouver vite ce qui pourrait l'intéresser sur des sites de vidéo à la demande, de musique en ligne ou des plateformes de partage de contenus, elles ne favorisent pas véritablement la découverte de contenus culturels dont celui-ci n'est pas familier. Une première piste proposée dans l'étude : imposer aux acteurs concernés d'agir sur leurs algorithmes, en favorisant la prise en compte des critères de promotion de la diversité culturelle. Cette prise en compte par les plateformes pourrait passer par la bonification, dans l'algorithme, des œuvres françaises ou européennes, ou par la mise en place d'une fenêtre dédiée à ces œuvres dans le résultat des recommandations. Une telle obligation devrait être prévue par le droit de l'Union européenne puisque le cadre actuel ne le permet pas. (Conseil d'État Français, 2014)

Du questionnaire, ce qu'ils ont dit :

"In digital era, we have a great choice of content, the main problem is how to educate and teach to pick the best ones - not to waste time". President, Cinema Development Foundation, Poland.

comme levier d'optimisation des nouvelles chaînes de valeur des industries culturelles et créatives permettrait de relever les trois défis que sont la prescription avec les publics et audiences, la diffusion des créations et contenus ainsi que le financement de la création, tout en favorisant un rapprochement entre la culture et d'autres secteurs d'activités (tourisme, transports, urbanisme, énergie, éducation, santé, commerce et surtout les industries de l'information et des télécommunications dont les informations sont la matière première). En effet, face à la montée des pratiques de recommandation culturelle sur le web, la préoccupation des diffuseurs publics et des organismes de réglementation du secteur audiovisuel dans de nombreux pays est de savoir comment donner une préférence aux contenus nationaux et ouvrir le dialogue avec les utilisateurs. La mise en place de quotas est une suggestion qui revient souvent, pour garantir l'offre de contenus dans certaines langues.

Serait-il possible et pertinent de continuer à imposer à travers des systèmes de quotas le type de programmes que doivent consommer les utilisateurs? En France, le principe de l'exception culturelle, qui vise à préserver la diversité culturelle et soutenir l'industrie nationale et européenne d'œuvres audiovisuelles, impose aux chaînes des quotas de diffusion d'œuvres audiovisuelles européennes et/ou d'expression originale française (diffusion à 60% d'œuvres originales européennes, dont 40% d'origine française). Cette approche s'inscrit dans une logique d'offre visant à orienter volontairement les choix culturels des individus en leur imposant un certain nombre de programmes qu'ils n'auraient peut-être pas choisis volontairement. Elle est difficilement transposable dans l'environnement numérique où les nouveaux services sont délinéarisés et offerts aux utilisateurs selon une logique « bottom up ». Dès lors que les algorithmes des services audio et vidéo se basent sur les habitudes et préférences des utilisateurs, il est difficile d'imposer des quotas. Le défi pour les politiques culturelles sera de prendre des mesures visant, d'une part, à assainir l'environnement concurrentiel des plateformes d'accès aux produits et contenus culturels et, d'autre part, à maîtriser les algorithmes de recommandation culturelle afin de les mettre au service des objectifs de diversité des expressions culturelles. À cet égard, la solution pourrait être la réglementation des algorithmes tels que l'a proposé le Conseil d'état français qui envisagerait de forcer les acteurs à agir sur les algorithmes pour tenir compte des objectifs de promotion de la diversité culturelle. Il est encore trop tôt pour savoir comment les plateformes, les diffuseurs et les éditeurs de contenu réagiront à ce type de mesures et de politiques, mais l'avenir sera déterminé par la manière dont on permettra aux internautes de détecter les œuvres susceptibles de leur plaire et de faire des découvertes de contenus variés et diversifiés.

La plupart des États sont demeurés prudents face aux demandes de réglementation de l'univers numérique. Devant la multiplicité des processus à l'œuvre, il est complexe de prévoir, même à court terme, quelles sont les prochaines innovations qui changeront nos façons de créer, de partager et de consommer les produits culturels. Ces demandes de réglementation visent la mise en place de mécanisme pour adapter les politiques et les lois à la venue de nouveaux joueurs dans des marchés qui étaient jusqu'à maintenant plus ou moins protégés de la concurrence, et notamment celle de l'offre étrangère. De plus en plus, les répercussions et les impacts de la concentration des marchés du numérique préoccupent les régulateurs en Europe, mais aussi ailleurs dans le monde, comme aux États-Unis où des fusionnements ont été découragés pour éviter la concentration des médias numériques. Les pouvoirs publics et les régulateurs devront faire preuve de vigilance pour éviter la multiplication des pratiques anticoncurrentielles et des pratiques abusives affectant l'offre de contenus sur Internet.

Google est sous le coup d'une enquête de la Commission européenne depuis quatre ans, pour abus de position dominante. En 2010, la Commission européenne avait ouvert une enquête sur Google pour « abus de position dominante ». Le problème identifié avec le mode de fonctionnement de Google est le référencement de ses propres produits dans les résultats de recherche au détriment de sites Internet concurrents. Sans détenir le pouvoir de légiférer pour la mettre en œuvre, le Parlement européen a voté en novembre 2014 en faveur d'une résolution visant le démantèlement de Google (438 pour et 173 contre). Le texte adopté ne mentionne pas explicitement Google, mais la cible ne fait pas de doute, l'entreprise

bénéficiant de 95% du marché européen de la recherche Internet. Il est proposé de séparer le moteur de recherche d'une entreprise de ses autres services commerciaux. La résolution non contraignante du Parlement européen cherche à attirer sur cette question l'attention de la Commission européenne, qui détient le pouvoir législatif en Europe.

L'exemple de Google n'est pas unique. Les entreprises dominantes du numérique, des services de télécommunications et des médias suivent des trajectoires similaires, ce qui indique que les politiques de la concurrence et d'autres politiques visant à protéger le public contre les pratiques abusives et anticoncurrentielles des entreprises joueront un rôle significatif. Il serait important que les objectifs de la CDEC soient pris en compte dans les nouvelles régulations économiques du secteur. La coopération entre les autorités des pays développés est aussi cruciale, notamment entre les États-Unis et l'Europe, mais également au sein du Réseau international sur la concurrence qui réunit les autorités antitrust pour empêcher que la concentration du pouvoir économique sur Internet et sur les contenus qui y sont échangés et partagés, commercialement ou non. Il sera aussi préférable de chercher des solutions négociées qui ne mineront pas les négociations transatlantiques.

> « Alors que le nouveau Parlement européen et la commission européenne amorcent leurs travaux, nous espérons que vous étudierez attentivement les effets que de telles politiques peuvent avoir sur notre capacité à travailler ensemble pour assurer notre croissance commune, par exemple à l'aide du Partenariat transatlantique. » Dave Camp et Ron Wyden, Présidents du Comité des Voies et Moyens et du Comité sénatorial des Finances. (Inside U.S. Trade, 2014)

Décloisonnement

Le message, c'est le médium (McLuhan)

Le décloisonnement fait référence au processus de convergence. Avec Internet haut débit, la convergence technologique efface les anciennes frontières sectorielles (média, télécommunications et numérique) qui existent dans plusieurs pays. Le défi consiste à répondre aux problèmes d'asymétries de régulation qui pèsent sur les différents acteurs. D'une part, certains acteurs vont se mobiliser autour de l'importance d'un Internet libre/ouvert/neutre et demander notamment des interventions en faveur de la neutralité du net. D'autre part, l'on estime que les FAI ou les nouveaux fournisseurs de contenus en ligne devraient contribuer au financement des réseaux et aussi, parfois, au financement de la production de contenu local.

Les débats entourant le futur de la télévision au Canada sont révélateurs des problématiques actuelles. Le consommateur veut un contenu personnalisé, à bas prix, avec le moins de publicité possible tout en s'assurant d'un accès Internet rapide à partir de divers types d'équipements. Pour répondre à cette demande, des entreprises ont lancé des plateformes de distribution de leurs contenus sur mobile, notamment Télé Mobile de Bell. Fait important, Bell ne prend pas en compte, sur ses factures, les gigaoctets lorsque l'utilisateur fait usage du service Télé Mobile alors que les utilisateurs de Netflix abonnés à Bell pour leur accès Internet payent les gigaoctets des vidéos qu'ils ont téléchargés sur Netflix en plus du service Internet. Netflix se plaint ainsi d'une réduction de ses marges bénéficiaires de l'ordre de 800%. De son côté, Bell se plaint d'être en concurrence avec un fournisseur de contenus qui accapare la bande passante sans contribuer aux infrastructures de réseau ou au fonds de contribution au contenu local.

En janvier 2015, le CRTC a déterminé que Bell et Vidéotron n'avaient pas le droit d'offrir une facturation préférentielle sur l'utilisation de données pour leurs applications respectives, à savoir Télé mobile et Illico.tv, tout en

Quelques idées

Plusieurs options peuvent être envisagées afin d'encourager des entreprises comme Netflix à diversifier le contenu qu'elles offrent et à participer au financement de la culture locale où leurs contenus sont visionnés :

- une directive gouvernementale pourrait établir que ces nouveaux services doivent respecter les règles qui s'appliquent aux fournisseurs de services audiovisuels ou de radiodiffusion ;
- l'obligation de contribution à des fonds destinés à la CDEC ;
- la certification d'entreprises (Amies de la CDEC).

Articles pertinents de la résolution du Parlement européen sur la « position dominante »

Article 17 souligne que, dans le cadre de l'exploitation des moteurs de recherche pour les utilisateurs, le processus de recherche et les résultats devraient être impartiaux, afin de faire en sorte que les recherches Internet demeurent non discriminatoires, de garantir davantage de concurrence, d'offrir un choix plus large aux utilisateurs et aux consommateurs et de préserver la diversité des sources d'information; fait donc observer que l'indexation, l'évaluation, la présentation et le classement par les moteurs de recherche doivent être objectifs et transparents; invite la Commission à prévenir tout abus dans la commercialisation de services interconnectés par les exploitants des moteurs de recherche.

exigeant à ses abonnés un accès payant au visionnement de contenus mobiles fournis par d'autres distributeurs tels que Netflix. Le CRTC a statué que ces services constituaient un « désavantage indu » contre les services similaires proposés par les distributeurs de contenus. Par ailleurs, le CRTC considère, pour l'instant, que Netflix ne pose pas de problèmes ni au niveau du contenu local ni au niveau du financement de productions locales tant qu'il s'ajuste aux nouveaux besoins des consommateurs du marché audiovisuel canadien. Il faut préciser que les nouveaux médias du web bénéficient d'une exemption des règles du CRTC depuis 1999. L'entreprise Netflix se considère comme n'étant pas soumise à la juridiction du CRTC, puisqu'elle n'a aucune présence physique au Canada. Or, pour certains experts comme Pierre Trudel, professeur de Droit public à l'Université de Montréal, une entreprise qui propose des émissions au public canadien, que ce soit Netflix ou Tou.tv, tombe *de facto* sous la définition d'une entreprise de radiodiffusion et devrait ainsi se soumettre aux lois canadiennes sur la télédiffusion, même si elle ne propose qu'un service à la carte et indépendamment du fait qu'elle ait ou non une présence physique sur le territoire.

Cet exemple soulève des questions de fond. Comment responsabiliser les nouveaux acteurs qui opèrent en dehors des cadres de la réglementation et qui sont très souvent transnationaux et localisés ailleurs que dans le pays où ils fournissent des services? Comment faire face à ce déséquilibre entre les différents fournisseurs de services? Ces questions ne trouvent pas de réponses évidentes.

Il est certain que cette situation va être au cœur des débats futurs sur la réglementation des industries culturelles, car la présence d'entreprises web transnationales ne fera qu'amplifier les problématiques actuelles et obligera certainement à revoir la réglementation dans une perspective de convergence et de transnationalités accrue.

La problématique de la classification des services est une autre source de controverses et de débats publics. Prenons par exemple la question de la neutralité d'Internet. Nous avons vu que certains FAI peuvent tirer avantage de certains segments de marché de l'offre télévisuelle par une gestion du trafic sur leurs réseaux haut débit. Cette situation soulève un débat notamment aux États-Unis où Internet n'est pas considéré du domaine de régulation des autorités de régulation des télécommunications en raison de la classification des services Internet. Ainsi, des mesures pour assurer la neutralité d'Internet sont contestées, bien que plusieurs, notamment le Président Obama, se prononcent en faveur de telles mesures. Cette classification pourrait d'ailleurs changée dans un avenir rapproché.

Leurs arguments en faveur de la neutralité du net sont les suivants :

1. Étant donné que l'innovation est plus importante aux extrémités qu'au centre du réseau (Guo *et al.*, 2012), la neutralité vient subventionner la créativité et l'innovation en apportant une solution aux défaillances du marché. (Byun et Lee, 2013)
2. La hiérarchisation basée sur la qualité de service mène à la congestion du réseau. (Economides et Hermalin, 2012)
3. L'encouragement à investir n'est pas plus grand pour les opérateurs dans un régime discriminatoire, alors que la neutralité favorise l'investissement chez les fournisseurs de contenus. (Choi et Kim, 2010)
4. Le pouvoir de marché des FAI leur permet d'utiliser cette pratique discriminatoire comme pratique anti-concurrentielle (Krämer *et al.*, 2013, Lee et Kim, 2014).

Cependant, plusieurs arguments justifient certaines pratiques de gestion des flux sur Internet. En effet, certains mentionnent que l'offre différenciée permet de segmenter le marché de manière plus optimale ; tous les utilisateurs n'ayant pas besoin d'un service ultra haut débit de très grande qualité à toutes les heures de la journée. On parle désormais de gestion raisonnable du trafic Internet.

Quelques exemples – Neutralité du net

En bridant ou en bloquant l'accès à certains contenus, services ou applications en ligne, les FAI limitent l'accès à certains contenus tout en monnayant l'acheminement des données des entreprises les plus gourmandes en bande passante.

Pays	Controverses et mesures
États-Unis	Bien que l'autorité de la FCC (Federal Communications Commission) sur « Internet » soit controversée, elle a adopté des règles visant à faire respecter les principes de transparence, libre circulation, non-discrimination et de gestion raisonnable du trafic. La FCC vient d'approuver une décision historique qui permet de classer l'accès à Internet au rang des « services d'utilité publique » à travers le nouveau texte « Protecting and promoting the Open Internet », (« Protéger et promouvoir l'internet ouvert »).
Norvège	Début 2009, la Norvège a édicté des principes protégeant la neutralité du net que les opérateurs de télécommunications peuvent s'engager à respecter sur une base volontaire.
Japon	Affirmation par le gouvernement du principe de neutralité (ministère des Affaires intérieures et des Communications).
Canada	Article 36 de la Loi sur les télécommunications accorde au CRTC des pouvoirs pour intervenir dans les questions de neutralité du réseau. Le CRTC autorise les pratiques de gestion du trafic Internet, mais prohibe la discrimination injuste ou une préférence indue (Politique réglementaire de télécom CRTC 2009-657).
Union européenne	Depuis 2010, le Paquet Télécoms (directives européennes régulant le secteur des télécommunications) permet de résoudre les conflits entre fournisseurs de services et fournisseurs d'accès. En 2013, l'initiative "Connected Continent: Building a Telecoms Single Market" comporte des mesures sur la neutralité d'Internet. Un texte interdisant les pratiques discriminatoires doit être approuvé par le Conseil de l'UE en mars 2015.
Pays-Bas	En 2011, transposant le Paquet Télécom de l'UE en droit néerlandais, les Pays-Bas sont devenus le premier pays européen à inscrire dans leur droit national une protection de la neutralité des réseaux. La nouvelle loi contient des éléments de régulation et introduit une protection légale en faveur de la neutralité d'Internet qui interdit la discrimination par les opérateurs.
Corée	La Commission des Communications de Corée a émis ses lignes directrices sur la neutralité.
Brésil	En 2014, la loi-cadre relative aux droits et libertés sur Internet, appelée le Marco Civil da Internet, vise la neutralité du net avec l'article 9. Le texte doit être approuvé par le Sénat.
Chili	En 2010, le Chili est le premier pays à voter une loi sur la neutralité du net. Le régulateur des télécommunications a appliqué le principe de neutralité du net en interdisant aux opérateurs mobiles d'offrir à leurs abonnés des services d'utilisation des médias sociaux sans payer pour les données.
Pérou	Depuis 2012, la loi sur la « promotion de la bande passante et la construction d'un réseau national de fibre optique » reconnait le principe de neutralité des réseaux.
France	En 2010, des lignes directrices sont publiées et soumises à consultation. Le sujet occupera une place importante dans le projet de loi numérique qui sera présenté au printemps 2015 par la Secrétaire d'État au numérique.
Italie	Une proposition de loi a été introduite relative à la régulation d'Internet.
Mexique	En 2014, le Mexique a établi de nouvelles législations pour protéger la neutralité du net en s'appuyant sur loi fédérale de la radiodiffusion et des télécommunications qui exige que les FAI offrent des services de qualité et de vitesse équivalentes pour les utilisateurs, sans discrimination.

Du questionnaire, ce qu'ils ont dit :

"I think there is no equilibrium yet in this regard; I mean between the foreign cultural offer and the national cultural offer, because of the obvious digital divide. The so-called foreign cultural offer seems more superior (coming from the more developed nations). In our part, we think that too much of the foreign cultural offer is even eroding gradually our own local cultural offer. Talk of globalization of cultures." Chikezie Emmanuel Uzuegbunam, Nigeria.

« Je constate simplement qu'il y a une sorte d'effritement progressif de la qualité originelle des biens et services qui sont produits. Il y a une très forte influence des cultures étrangères sur les créations nationales. On n'a quelquefois du mal à se reconnaitre dans les biens et les services qui nous sont proposés à longueur de journée. » Guy Feukwu Noulé, Bureau d'ingénierie culturelle Abbia'art, Cameroun.

« Le numérique a influencé les comportements des nationaux. Nous pouvons constater la disparition progressive de l'identité ou du patrimoine culturel africain au profit de la diversité des cultures occidentales. » Blaise Ndékou Tima, Président d'Africa Designs, Cameroun.

Délinéarisation

> « Les lectures sont délinéarisées : après une recherche par moteur de recherche, on lit un article, un chapitre d'ouvrage, on visualise une émission en télévision de rattrapage, on écoute un titre de musique et non plus un album. Les pratiques sont sélectives, fortement induites par les outils d'accès. Les consommations sont aussi collectives, guidées par les recommandations des groupes auxquels on appartient. Enfin les pratiques culturelles se conjuguent de plus en plus avec la mobilité : regarder des films, écouter de la musique dans le train, dans le métro, sur son smartphone ou sa tablette, se déplacer avec sa bibliothèque de livres numériques... ». (Chartron et Moreau, 2011, p. 2)

Ce processus se caractérise par la capacité du spectateur à consommer les contenus médiatisés de son choix quand et où il veut, et sans avoir à suivre une programmation linéaire imposée par le fournisseur/diffuseur. Le défi consiste à trouver des moyens de s'adapter à un monde dicté par les préférences des utilisateurs qui, au moyen d'un simple clic, peuvent accéder à des contenus diversifiés dans un univers numérique alors que les cadres réglementaires et les politiques visent surtout les médias linéaires traditionnels. Ceci est encore plus difficile dans un monde de mobilité des consommateurs et d'augmentation de l'offre étrangère.

L'exemple de l'offre télévisuelle à l'ère du numérique permet de saisir les nouveaux enjeux. L'offre de services vidéo à distance s'est développée avec l'arrivée d'Internet dans le domaine des services télévisuels. En effet, le principe de raccordement d'un téléviseur à Internet permet de faire passer la télévision de sa fonction classique de terminal de réception à une fonction d'émetteur afin de fournir un ensemble de services aux téléspectateurs. Le téléviseur peut être connecté à d'innombrables outils (tablettes, téléphones intelligents, etc.) et applications convergentes grâce auxquelles l'usager peut s'informer, se divertir et se cultiver en regardant ses programmes où il veut, quand il veut et sur l'écran de son choix, avec la possibilité d'interagir et de converser autour de ces émissions et programmes préférés grâce aux réseaux et médias sociaux.

Les services offerts par les entreprises comme Netflix remettent en cause la chronologie des médias, principe majeur des politiques audiovisuelles en Europe. La question est de savoir comment intégrer ou non ces sociétés de services non linéaires dans le système existant. Nous sommes actuellement dans un contexte de cœxistence entre deux types d'offre. Ceci soulève plusieurs questions :

1. Dans un contexte de convergence des médias, peut-on et doit-on établir la différenciation réglementaire entre services linéaires et non linéaires?
2. Comment la convergence met-elle sous tension l'efficacité et la cohérence des politiques?
3. Les politiques et les lois sont généralement technologiquement neutres, mais la convergence crée des asymétries réglementaires qui, de surcroît, favorisent les acteurs transnationaux qui ne sont pas soumis aux mêmes régulations que les entreprises obligées de respecter certaines réglementations?

Ces débats sont bien engagés sur la manière d'aborder l'épineuse question de l'avenir du contenu des services télévisuels. Pour certains, la menace pèse sur la capacité de financer la création de services télévisuels riches en contenus donnant une visibilité à l'offre locale. Les réponses semblent plutôt aller dans le sens de la prudence. Pour l'instant, on favorise des règles visant à discipliner les acteurs dominants, afin qu'ils ne puissent pas restreindre et empêcher ces nouveaux services de se développer, tout en cherchant à assurer des modes de financement de productions locales adaptés au numérique. Il est opportun de mentionner les initiatives innovantes de Télé-Québec avec La Fabrique culturelle, qui est une illustration d'adaptation aux changements ainsi qu'un tremplin pour la promotion et le développement d'une offre culturelle numérique diversifiée qui laisse la place à la co-construction des plateformes.

Déterritorialisation

La déterritorialisation est le défi le plus important pour les États. Les 20 dernières années ont été marquées d'une transformation silencieuse qui a fait passer un ordre mondial fondé sur l'articulation nationale et internationale à un ordre mondial fondé sur des règles de plus en plus transnationales. Les frontières entre les systèmes nationaux s'estompent. L'avantage des grandes entreprises transnationales déterritorialisées des médias numériques est qu'elles sont capables d'investir dans des plateformes et des services de qualité avec l'expérience et la reconnaissance globale de leur marque de commerce tout en évitant la plupart des contraintes et des obligations juridiques qui pèsent sur les entreprises « territorialisées ». Mais très peu d'entre elles, sauf peut-être Apple, Microsoft et récemment Google, sont vraiment bien établies. La croissance de Netflix est impressionnante, mais en dehors des États-Unis, Netflix n'a pas encore vraiment imposé sa marque et sa capacité de véritablement traverser les frontières.

La faiblesse des entreprises transnationales est la méconnaissance des préférences culturelles locales, alors que les États quant à eux, connaissent et expriment les préférences locales et nationales. En revanche, la faiblesse des État est que leurs compétences se limitent à un territoire

Du questionnaire, ce qu'ils ont dit :

« Les mesures de promotion et de soutien aux œuvres françaises et européennes ont permis de garder une offre culturelle nationale et européenne conséquente. En parallèle, on constate une augmentation de l'offre culturelle étrangère en France, en particulier en ce qui concerne la fiction américaine. Le numérique a, c'est certain, facilité l'augmentation de l'offre culturelle américaine illégale sur Internet, via le piratage. » Coalition française pour la Diversité Culturelle.

« Les technologies numériques sont une aubaine, mais beaucoup d'acteurs culturels ne les maitrisent pas. Ce qui crée un déséquilibre au niveau de la concurrence entre l'offre culturelle nationale et l'offre étrangère. » Romaric Sanou, Burkina Faso.

« Le libre marché empêche les cultures nationales d'émerger » Pierre Mondor, UQAM, Canada.

« Les productions françaises et américaines, destinées à des marchés beaucoup plus vastes que le nôtre, occupent une grande part de la promotion en ligne. Au Canada, nous avons constaté une hausse dans l'autopublication, que ce soit en format imprimé (vendu en ligne) ou numérique (gratuit ou vendu en ligne), ce qui exerce une pression sur les prix de vente, mais sans pour autant rehausser le niveau de la production nationale. » Myriam Caron Belzile, Éditrice, Éditions Québec Amérique, Canada.

Du questionnaire, ce qu'ils ont dit :

« L'appréciation et la reconnaissance des valeurs culturelles et artistiques du Mali ont été davantage exprimées grâce aux technologies du numérique. Les artistes de talent (musique et arts visuels) sont de plus en plus promus et bénéficient de plus en plus de sollicitation sur le plan international (worldMusic et Showbiz...) » Cissé Lassana, Directeur national du Patrimoine culturel, Mali.

"The advent of digital technology has been in parallel with a time of significant growth in Nigerian cultural production so the outcome has not necessarily been balanced but more towards proliferation of national cultural products" Ojoma Ochai, Nigeria.

"I come from Tanzania, thus, I have come to realize that the advent of digital technology and the Internet in my country has affected especially young people. This is due to the fact that most, for example, Radio and TV programs are foreign in content and cultural offer! I am just wondering how the Ministry for culture and the entire community could help in making young people gain the spirit of their culture and identity!" Charles Ruyembe, Queensland University of Technology (QUT), Australia.

donné, à moins d'activer la coopération internationale ou encore des collaborations avec la société civile ou les entreprises qui opèrent dans une dimension transnationale. Si le monde dans lequel les entreprises opèrent n'est pas le même que l'espace de régulation des États, les deux ne sont pas sans offrir des possibilités de collaborations si les protocoles sont bien établis pour leur permettre d'atteindre des objectifs communs dans un périmètre délimité.

Aussi ouvert et inclusif qu'il puisse être et le prétendre, Internet, de par son histoire, n'est pas culturellement et géographiquement neutre. Nous constatons de nouvelles fractures dans les processus de production et de consommation des biens et services culturels. Il existe, par ailleurs, une tendance à la reterritorialisation qui émane autant des sphères publiques que privées selon des découpages qui sont parfois nouveaux (normes sectorielles, codes de conduite) ou plus traditionnels (normes nationales). La « reterritorialisation » d'Internet ne signifie pas nécessairement qu'il faille imposer des politiques ou des mesures territoriales existantes; souvent elles seront nouvelles. Nous constatons un rapport d'opposition entre ceux pour qui le numérique est un instrument au service d'un impérialisme culturel, et donc une menace pour la diversité des expressions culturelles, et ceux qui affirment que les transformations culturelles, imposées par le virage du numérique, s'opèrent dans un processus de changement d'échelle vers le transnational qui nous oblige à restituer les débats à un autre niveau du politique. Fait intéressant, tandis que les personnes qui ont répondu à notre questionnaire croient que le numérique est un vecteur très positif pour une offre plus accessible, plusieurs ont mentionné qu'il existe un déséquilibre entre l'offre étrangère et l'offre locale.

Rappelons que, dans notre sondage :

- 54% des répondants considèrent que le numérique a un effet positif pour la diversité des expressions culturelles.
- 81% des répondants estiment qu'il y a un déséquilibre de l'offre et 75% des répondants des PED sont soit en désaccord soit neutre par rapport à une situation d'équilibre entre l'offre culturelle nationale et étrangère.

Des questions qui s'imposent

- Comment adapter les instruments politiques qui expriment des préférences et créent des marges de manœuvre, sans créer pour autant des rivalités commerciales et favoriser la fragmentation d'Internet?
- Comment s'ouvrir sur le monde tout en assurant un certain équilibre des offres et des expressions culturelles diversifiées?

3 Trois mondes en réseaux pour une culture en réseaux

Les politiques publiques et la coopération internationale ont, en général, traditionnellement séparé le monde de la culture et des industries culturelles des mondes du commerce et des télécommunications/Internet. Avec le numérique, ces trois mondes convergent. Les parties à la CDEC ont cherché à trouver un équilibre entre la libéralisation commerciale et la nécessité d'intervention des États dans les secteurs culturels afin de protéger et de promouvoir la diversité des expressions culturelles. Le numérique nous oblige à repenser les interactions entre culture et commerce et nous invite aussi à tenir compte de l'importance des régulations et des évolutions des services de télécommunications, particulièrement avec les réseaux et services d'Internet.

Malgré que les mondes de la culture et du commerce ne parlent pas le même langage, ils interagissent de plus en plus, notamment parce que la plupart des nouveaux services culturels numériques sont échangés dans un cadre libéralisé. En 2004, une étude montre que l'utilisation de listes négatives identifiant les secteurs à exempter plutôt que les listes positives identifiant les secteurs à libéraliser, permettait aux États-Unis d'accepter les exemptions des secteurs culturels traditionnels, tels le théâtre, le spectacle ou le livre, tout en s'assurant de la libéralisation des produits culturels dits non linéaires tels que la distribution de films numériques ou d'émissions télévisuelles en ligne. Cette distinction prend aujourd'hui toute son importance puisque le virage numérique s'accélère avec Internet et ses nombreux effets transformatifs. (Gagné, Coté et Deblock, 2004, p.1)

Les Parties à la CDEC adoptent des approches variées en ce qui concerne le commerce des biens et services culturels. La variété de ces approches, couplée aux controverses relatives à la classification des biens et services culturels, crée un environnement d'incertitudes quant à la possibilité d'activer des mesures et des politiques visant à protéger et à promouvoir la diversité des expressions culturelles.

Parce exemple, le secteur audiovisuel est soumis aux règles de l'OMC, mais l'UE, le Canada, avec également un certain nombre d'autres pays comme la Nouvelle-Zélande ou encore la Colombie, ont choisi d'exclure les produits audiovisuels des négociations. En 2013 cependant, 34 membres de l'OMC, dont les États-Unis, le Japon, la Chine, l'Inde, le Mexique et la Corée du Sud, avaient accepté de prendre des engagements en matière de services audiovisuels. Dix-huit États, parmi les 134 membres fondateurs de l'OMC, ont pris des engagements en 1995, tandis que lors de la période 1996-2013, 16 des 25 nouveaux adhérents à l'OMC l'ont fait. Plusieurs pays sont donc favorables à une certaine libéralisation du secteur.

Les États-Unis sont particulièrement actifs sur le terrain des négociations commerciales. Ils ont lancé notamment les négociations du Partenariat économique et stratégique transpacifique (Transpacific Strategic Economic Partnership, TPP), auxquelles participent aussi le Canada, le Japon, le Mexique et l'Australie. Ils sont aussi engagés dans les négociations plurilatérales dans le secteur des services (Trade in Services Agreement, TISA) qui incluent vingt-trois économies faisant partie du groupe informel « Really Good Friends of Services » à l'OMC. Des négociations sont aussi prévues pour aboutir à un éventuel Partenariat transatlantique de commerce et d'investissement (Transatlantic Trade and Investment Partnership, TTIP) qui doit lier les États-Unis et l'UE, et l'une des priorités des États-Unis est l'intégration des services audiovisuels non linéaires.

Les États-Unis ont une influence significative sur le commerce numérique culturel. Même si d'autres économies pèsent sur les échanges de services audiovisuels comme le Canada et le Japon, le leader du commerce des services audiovisuels demeure les États-Unis, et en second lieu, l'UE.

Données du questionnaire sur les impacts du numérique :

73,6% des participants à l'enquête s'accordent sur le fait que les enjeux du numérique affectent tous les secteurs d'activités (création/production, distribution/diffusion, consommation/accès, formation/éducation) liés aux biens et services culturels.

Dans les pays développés, 86,7% des répondants soutiennent que le numérique constitue un enjeu pour la distribution/diffusion de biens et services culturels.

Dans les pays en développement, 75% des répondants (dont 80% des pays africains) sont plus préoccupés par l'enjeu du numérique pour la création/production des biens et services culturels.

Globalement, les États-Unis et les grandes entreprises américaines du numérique ont un pouvoir de marché tant sur les industries culturelles que sur le numérique et Internet. Dans l'agenda numérique des États-Unis, les nouveaux services doivent être libres d'entraves. Ils acceptent cependant que leurs partenaires, qui le souhaitent, maintiennent leur capacité réglementaire et financière dans le secteur des services linéaires traditionnels (salles obscures, DVD, télévision traditionnelle).

Parmi les vingt-sept économies qui prennent part aux négociations du TISA et du TPP, onze ont déjà signé et ratifié un accord de libre-échange avec les États-Unis, soit l'Australie, le Canada, le Chili, le Costa Rica, la Colombie, la Corée du Sud, Israël, Singapour, le Mexique, le Panama et le Pérou, et onze autres ont déjà pris des engagements dans le secteur de l'audiovisuel à l'OMC, soit Hong Kong, Israël, le Japon, la Corée du Sud, la Malaisie, le Mexique, la Nouvelle-Zélande, le Panama, Taiwan, le Vietnam et les États-Unis. Quinze de ces pays ont ratifié la CDEC, à savoir l'Australie, le Canada, le Chili, la Colombie, la Corée du Sud, le Costa Rica, l'Islande, le Mexique, la Nouvelle-Zélande, la Norvège, le Panama, le Paraguay, le Pérou, le Vietnam, la Suisse, et aussi l'UE.

On ne peut donc pas conclure qu'il existe une tendance forte vers l'exclusion des biens et services culturels de l'agenda des négociations. Si la France a obtenu de la Commission européenne que les services audiovisuels soient exclus des négociations du TTIP, ceci pourrait changer puisqu'il existe un clivage entre deux positions divergentes : une position favorisant l'intervention publique dans le secteur des biens et services culturels, même dans leur nature dématérialisée, et une position privilégiant une régulation économique du secteur.

L'impasse des négociations multilatérales à l'OMC a contribué à la prolifération des ACR notifiés à l'OMC. À preuve, 20 accords sont entrés en vigueur dans la seule année 2009, comparativement aux 23 entre 2000 et 2004. Des 115 ACR entrés en vigueur depuis l'adoption de la CDEC, 65% (ou 76 accords) couvrent à la fois les biens et les services, ce qui signifie que davantage d'accords couvrent à présent les services que seuls les biens. Le traitement réservé aux produits culturels dans les plus récents accords commerciaux signés par les États-Unis relève plus que jamais des chapitres sur les « services ».

Dans l'ACR entre les États-Unis et la Colombie (2012), les seuls produits culturels figurant au chapitre 2 sur « le traitement national et l'accès aux marchés pour les produits » concernent l'équipement professionnel utilisé dans la production de films ou d'émissions de télévision ou encore les enregistrements vidéos conçus aux fins de publicité. Pour le reste, les produits culturels, considérés comme des services « échangeables » sur les marchés, sont régis par les dispositions des chapitres consacrés au commerce transfrontières des services, à l'investissement, au commerce

électronique, aux services de télécommunications et aux droits de propriété intellectuelle. Le cas de la Colombie est intéressant. Il est le seul pays à exempter, de manière précise à l'Annexe II de l'accord, les « Activités et industries culturelles » des obligations du traitement national et de la nation la plus favorisée. Des 11 exceptions relatives aux services culturels qui figurent dans les annexes I et II de la Colombie, toutes concernent des engagements pris au chapitre des investissements et du commerce transfrontières des services, alors qu'aucune ne concerne le chapitre 14 sur les télécommunications. Reste que les services culturels peuvent être considérés des services de télécommunications ou des services numérisés régis par des règles commerciales au sens strict d'accès au marché.

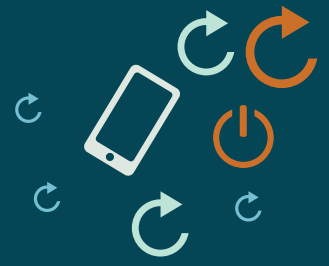
Négocier des engagements de libéralisation bilatéralement, c'est-à-dire à la pièce, pourrait bientôt causer des problèmes de cohérence. Prenons l'exemple des récents ACR signés par la Corée du Sud. Dans l'accord UE-Corée du Sud de 2011, les services audiovisuels sont exclus des engagements de libéralisation du commerce transfrontalier de services, ce qui n'est pas le cas dans l'accord Corée-États-Unis de 2012. Concernant les services vidéo et audio numériques, tandis que la Corée du Sud n'a recours à aucune réserve dans son accord avec l'UE, elle précise dans l'accord avec les États-Unis qu'elle se réserve le droit d'adopter toute mesure pour assurer un accès à un contenu numérique coréen. Par ailleurs, tandis que la Corée se garde le droit de projeter des films coréens sur une durée minimum de 73 jours par année sur les écrans de cinéma, aucune mesure de ce genre ne se trouve dans l'accord avec l'UE. Enfin, dans la catégorie des services de diffusion et communications, la Corée se réserve le droit d'imposer un quota de contenu local pour les fournisseurs de services de VoD dont la limite ne peut dépasser le pourcentage de contenu local précisé pour les câblodistributeurs. Une telle mesure n'existe pas dans l'accord avec l'UE. Il y a ainsi des incohérences qui pourraient avoir des incidences à plus long terme, tant sur le plan commercial que culturel, puisque ces ACR seront mis en interactions.

L'approche innovante adoptée par le Canada et l'UE dans l' Accord économique et commercial global (AECG) met en place des exemptions par chapitre. Dans les faits, les pratiques ne semblent pas tendre vers la consolidation d'une exemption culturelle 2.0 puisque les partenaires choisissent de ne pas imposer les mêmes règles que celles qui existent pour les médias classiques. Les nouveaux services sont, dans la plupart des accords commerciaux qui comportent de telles dispositions, considérés comme des services de télécommunications ou des services numériques, et ils peuvent se retrouver dans les chapitres qui concernent le commerce électronique. L'efficacité de cette approche reste à être démontrée dans la pratique.

AECG – Un accord historique entre le Canada et l'UE

Dans le préambule, les partenaires affirment « les engagements qu'ils ont contractés » en vertu de la CDEC et ils reconnaissent que « leurs États ont le droit de maintenir, d'établir et de mettre en œuvre leurs propres politiques culturelles et de soutenir leurs industries culturelles dans le but de renforcer la diversité des expressions culturelles et de préserver leur identité culturelle, y compris par le recours à des mesures de réglementation et de soutien financier ».

L'exemption des services audiovisuels et des industries culturelles est intégrée dans chacun des chapitres de l'Accord qui affectent les politiques culturelles et les mesures de soutien à la culture : subvention, investissements, commerce transfrontalier des services et réglementation intérieure.



Le commerce électronique

L'OCDE définit le commerce électronique comme étant « la vente ou l'achat de biens ou de services, effectués par une entreprise, un particulier, une administration ou toute autre entité publique ou privée, et réalisée au moyen d'un réseau électronique. » L'OMC définit pour sa part le commerce électronique comme étant : « la production, la promotion, la vente et la distribution de produits par des réseaux de télécommunications. » Le commerce électronique constitue une nouvelle opportunité de premier plan pour la croissance économique des PED, notamment pour ce qui est des industries culturelles et créatives numériques. Les États doivent être attentifs à l'environnement qui permettra à l'innovation d'éclore sur leur territoire. Une part importante du rôle qu'ils ont à jouer réside dans les politiques qu'ils mettront en place chez eux, mais également dans quelles conditions ils participeront au commerce électronique mondial. Ces conditions sont notamment définies par les accords commerciaux qu'ils signent avec d'autres États et qui commencent à baliser la question du commerce électronique.

L'exception culturelle dans les accords commerciaux repose sur la distinction effective entre ce qui est contenu et mode de livraison, ce que la convergence ne permet plus de faire aussi facilement. Tout dépend des classifications adoptées et, à cet égard, le consensus n'est pas encore assuré et il risque d'être remis en cause par les évolutions technologiques futures. Cette question, fort importante, risque d'être tranchée dans les tribunaux du commerce. (Burri et Cottier, 2012) Posons la question piège : pourquoi avoir une exception culturelle pour les services audiovisuels si notre partenaire classifie les services autrement?

L'encadrement du commerce électronique demeure très variable d'une entente commerciale à l'autre. Les ACR des États-Unis introduisent, dans les accords commerciaux, une nouvelle norme concernant le commerce électronique qui vise l'application aux produits numériques des principes de traitement national, de la nation la plus favorisée et de l'accès aux marchés. Les États-Unis ont jusqu'à maintenant conclu 10 accords qui prévoient ces dispositions (Australie, Bahraïn, Amérique centrale et République dominicaine, Chili, Colombie, Corée, Maroc, Oman, Panama et Pérou). Un second objectif apparaît à la lumière des difficultés rencontrées à l'OMC dans l'établissement d'une catégorisation des produits physiques pouvant également être téléchargés. La nouvelle définition de produits numériques évacue la nécessité de placer la chose dans une catégorie ou dans une autre, contournant ainsi le différend en mentionnant généralement les « produits » (*digital products*).

Les négociations du TPP traitent de la question du commerce électronique et le USTR précise que le traitement des produits numériques et les flux d'informations sont sur la table. Le TISA vise aussi une entente sur le commerce électronique. Il existe ici un risque de division entre « l'ancien monde » des télécommunications, du cinéma et de la radio qui seraient relativement protégés par les listes d'exceptions, et le « nouveau monde » dans lequel la capacité des États à définir leur politique de développement culturel se trouverait limitée. Les États qui n'ont pas inclus d'exceptions liées à la culture peuvent se retrouver dans l'impossibilité d'adopter des politiques originales pour soutenir leur production locale.

Les enjeux économiques futurs sont difficiles à prévoir, mais il convient d'être prudent, car les pays où le commerce électronique peut jouer un rôle majeur dans le développement économique au cours des prochaines années doivent conserver la possibilité d'élaborer et de mettre en œuvre les politiques culturelles qu'ils le jugeront nécessaires. Les négociations transpacifiques et transatlantiques seront déterminantes de l'ordre économique mondial en matière de régulation des produits culturels à l'ère du numérique.

Pour l'instant, nous posons les questions suivantes qui restent actuellement sans réponse :

- Est-ce que l'approche d'exclure des secteurs des engagements de la libéralisation du commerce perd de son efficacité et de sa pertinence face aux changements technologiques et à la convergence industrielle (média, télécom et numérique)?
- Reconnaissant les positions diverses et les incertitudes quant à l'application des accords commerciaux dans le contexte de changements technologiques, est-ce opportun que les États entreprennent d'analyser plus rigoureusement l'impact de la multiplication des accords commerciaux sur la marge de manœuvre des États d'intervenir, que ce soit pour la protection ou la promotion de la diversité des expressions culturelles?
- Serait-il opportun d'adopter une nouvelle approche consistant à légitimer les politiques publiques culturelles dans les accords commerciaux plutôt qu'à chercher à créer une exception 2.0?
- Est-ce que les États peuvent invoquer la CDEC et ses objectifs à l'OMC?

La CDEC est neutre sur le plan technologique, mais les ACR ne le sont pas. Il faut noter que la CDEC s'est faite une place dans le droit économique international depuis 2008. La référence explicite à la CDEC et l'affirmation de la légitimité de l'intervention publique en matière de culture dans les accords commerciaux comme l'AECG est une évolution positive. Toutefois, l'approche « chapitre par chapitre » comporte certains risques. Le Canada et l'UE ont des approches similaires en matière de classification des produits culturels, mais à l'ère du numérique, cette question de classification des nouveaux produits culturels et des modes de transmission des produits culturels soulève des controverses importantes et complexes qui risquent de miner leur efficacité.

La stratégie d'exception culturelle classique n'a pas encore démontré son efficacité et dans le contexte du numérique transnational, les mesures nationales pour promouvoir et protéger les industries culturelles ne sont plus aussi efficaces. Cette statégie permet d'affirmer la souveraineté des États, mais elle ne favorise pas nécessairement la synergie et le renforcement de la complémentarité entre deux mondes qui répondent à des logiques et des politiques parfois contradictoires (commerce et culture). Elle limite aussi la possibilité d'accorder un traitement préférentiel au PED.

La stratégie du protocole de coopération culturelle, adoptée dans le cadre des ACR de l'UE avec le CARIFORUM (2008), la Corée du Sud (2009) et l'Amérique centrale (2012), reprend les principales dispositions de la CDEC, et un préambule stipule que les États qui n'ont pas encore ratifié la CDEC consentent à le faire rapidement. Il s'agit de renforcer l'assistance technique en matière de culture de la part de l'UE, à favoriser la circulation des artistes, ainsi qu'à encourager les coproductions audiovisuelles.

OCDE - IRES (Indice de restrictivité des échanges de services) relatif au secteur audiovisuel

Après avoir lancé, en 2010, dans les secteurs des services de télécommunications un exercice consistant à énumérer les obstacles au commerce, l'OCDE a décidé en 2011 de l'étendre au secteur audiovisuel. L'objectif est de fournir aux États les éléments utiles à la réalisation des réformes nécessaires à une meilleure ouverture des services et ainsi faciliter les négociations commerciales dans ces domaines.

Le but est de dresser le panorama des obstacles au commerce, des mesures en faveur de la diversité culturelle telles que les quotas de diffusion d'œuvres européennes, des aides au cinéma attribuées en fonction de critères de nationalité qui peuvent orienter les stratégies et pistes d'actions des États membres de l'OCDE en faveur de la mise en œuvre de la Convention de l'Unesco de 2005.

La France a demandé que les données qui seront recensées ne donnent pas lieu à des jugements de valeur sur les politiques menées par les États ; que, par ailleurs, il soit reconnu dans la méthodologie de l'exercice en cours que les mesures mises en place par certains États sont légitimes, car elles ont pour objectif de protéger la diversité culturelle ; et que l'impact réel des mesures sur le marché soit pris en compte dans l'élaboration de l'indice.

Indice de friction

Une étude réalisée par le Boston Consulting Group pour le compte de l'ICANN porte sur les obstacles que rencontre le développement de l'Internet et repose sur un indice de friction (BCG e-Friction Index) qui couvre les frictions de type règlementaire et les frictions de type physique, financier ou autres. L'indice permet de classer les pays, la Suède étant le plus ouvert. L'étude des barrières et des restrictions pourrait permettre de nuancer les mesures favorables aux échanges qui servent également de tremplin pour l'innovation et le développement de la compétitivité des industries culturelles.

Les questions environnementales et du travail sont traitées, de plus en plus, dans le cadre d'un chapitre distinct dans les textes des accords commerciaux. Les partenaires commerciaux sont invités à appliquer leurs politiques nationales dans ces domaines – voire de créer des mécanismes de résolution des différends contre ceux qui ne respecteraient pas l'esprit du droit international dans l'élaboration de leurs politiques et qui n'appliqueraient pas leurs politiques et leurs lois nationales.

Il serait intéressant de considérer l'idée d'avoir un chapitre sur les services et biens culturels dans les accords commerciaux qui affirmerait la légitimité des politiques et des mesures visant la protection et la promotion des expressions culturelles. Cette inclusion « positive » dans des chapitres traitant des normes du travail et environnementales est acceptée et promue par plusieurs, et permettrait de sortir du binôme d'opposition ouverture-protectionnisme. Il s'agirait de postuler que les règles du monde de la culture s'expriment et s'imposent de manière légitime dans le cadre des relations commerciales.

Si du point de vue commercial, toute mesure, règlementaire ou autre, qui affecte le commerce est considérée comme une barrière à la libre circulation des biens et des services, des capitaux et des personnes, mais aussi des données, des informations et des technologies, il conviendrait de distinguer les mesures règlementaires qui présentent un caractère protectionniste de celles qui visent à répondre à des préoccupations légitimes d'intérêt général et notamment la promotion et la protection de la diversité des expressions culturelles. Dans ce contexte, il faut se pencher sur la définition des « barrières » et « restrictions ». De quelle nature sont ces « barrières » au commerce numérique, parfois appelées « e-frictions »?

Selon la Commission américaine du commerce international (USITC, 2014), le secteur des technologies de l'information et des communications contribue pour 6% environ au PIB des États-Unis en 2012 (BEA, 2014) et on y trouverait cinq catégories d'obstacles au commerce numérique :

1. les barrières à la localisation, incluant les politiques concernant les serveurs locaux de données, les politiques de production ou de contenus domestiques, les politiques d'achats publics, et les normes et standards locaux ;
2. la sécurité des données, les contenus locaux et le piratage des logiciels, jeux vidéos, films, etc. ;
3. les cadres règlementaires ;
4. la censure et la surveillance de l'Internet ; et
5. les entraves traditionnelles.

L'étude mentionne que les pays qui demandent ou imposent des règles en matière de contenu local dans le numérique sont l'Australie, le Brésil, la Chine, l'Inde et certains membres de l'UE ; les pays qui ont des préférences pour les firmes locales sont le Canada, le Brésil, la Chine, l'Inde, le Nigéria, le Paraguay et le Vénézuéla ; alors que les pays qui obligent que les données soient localisées dans le pays sont : l'Argentine, l'Australie, le Canada, la Chine, la Grèce, l'Indonésie et le Vénézuéla. Ceci couvre les barrières de localisation qui visent à protéger, stimuler et favoriser les industries locales, les fournisseurs de services, et/ou les droits de propriété intellectuelle (DPI) au détriment des biens, services et DPI des autres pays. Ces mesures peuvent parfois être considérées protectionnistes si elles différencient de manière déraisonnable les biens et services locaux de ceux qui proviennent de l'étranger, ce qui les rendrait incompatibles avec les règles de l'OMC. On mentionne la Directive de l'UE de 2007 sur l'audiovisuel qui étend la préférence (sous la forme de quotas) pour le contenu européen aux services de *streaming*, la tendance observée dans plusieurs pays européens d'exiger des services *On-demand* de contribuer au financement de produits audiovisuels européens. On cite aussi la Chine dont le ministère de la Culture a classifié les jeux en ligne en tant que « produits culturels » tout en soutenant son industrie qui compterait pour 2/3 du marché chinois. Finalement, le cas de l'Australie est souligné en raison du droit que ce pays se réserve d'imposer des quotas de contenu local dans les services numériques (*Internet-based services*).

Le document aborde, par ailleurs, les principes qui soutiennent la libre circulation des données et de l'information ("Affirmative Principles that support the free flow of data and information") (USITC, 2014, pp. 5-25). Si la libre circulation et les régulations, notamment pour s'assurer du respect à la vie privée et à la sécurité, sont affirmées comme norme, serait-il possible de faire valoir la nécessité de tenir compte de la diversité culturelle dans le cadre de la régulation d'Internet? Les décennies à venir vont amener les États à définir ces zones grises de reconnaissance des bonnes pratiques en matière de régulation dans plusieurs domaines ouverts au commerce sans pour autant encourager le protectionnisme et le repli national ou, à l'inverse, l'homogénéisation culturelle. Il faut investir ce terrain et échanger les bonnes pratiques, notamment en affirmant et en reconnaissant que les stratégies de développement du numérique sont favorables au développement des échanges commerciaux.

Les liens entre la culture et le commerce sont renouvelés dans le contexte du numérique. Le commerce a fait irruption dans le monde des services en 1994 et, jusqu'à tout récemment, dans les télécommunications et dans les services numériques et le commerce électronique. Avec Internet, le numérique a opéré une fusion que plusieurs cherchaient à éviter entre les mondes de la culture

Des recommandations intéressantes dans l'ouvrage « Cultural diversity in International Law » (dirigé par Richieri Hanania, 2014)

- Les Parties devraient entreprendre une discussion approfondie à propos du débat « commerce – culture ». (Vlassis et Richieri Hanania, p. 36)
- Les États devraient avoir recours à la CDEC pour interpréter des concepts et des exceptions stipulés dans les accords de l'OMC. Exemples : Mesures affectant les droits de commercialisation et les services de distribution pour certaines publications et certains produits de divertissement audiovisuel (2009) WT/DS363/R : la Chine, lors des consultations préalables, a mis de l'avant la Convention pour justifier une de ses mesures concernant les services audiovisuels et que le Groupe spécial a reconnu, sans mentionner la CDEC, la nature unique des biens culturels. C'est une première fois dans le droit de l'OMC de voir la valeur non commerciale des services audiovisuels soulignée par un juge. (Van Uytsel, p. 50)
- Une autre approche serait d'utiliser le concept « d'économie créative » qui requiert des d'outils légaux de coordination améliorés et des politiques cohérentes à tous les niveaux (commerce, diversité culturelle, propriété intellectuelle, concurrence et régulation fiscale et financière). (Neuwirth, p. 146)
- Il faut porter attention à la classification des produits culturels, et au soi-disant « nouveaux services ». (Souyri-Desrosier, p. 221)
- Introduire dans les accords de libre-échange une référence à la convention et une clause d'exception pour les industries culturelles. (Wojcikiewick Almeida, p. 249)
- La diversité culturelle devrait être acceptée comme un nouvel élément du développement durable. Il y aurait non seulement la protection de la culture à travers les exceptions (défense « négative »), puisque la protection des valeurs culturelles aiderait également à promouvoir l'objectif général de développement durable accepté à l'OMC (défense « positive »). (Morosini, p. 65)

Du nouveau dans la sphère commerciale

- Trois accords culturels commerciaux impliquant l'UE sont accompagnés d'un protocole de coopération culturelle qui incorpore des références explicites à la CDEC, réserve un statut particulier à certains services culturels et prévoit un traitement préférentiel spécifique pour les biens et services culturels, les artistes et les professionnels de la culture des Parties.
- 12 accords utilisent la méthode de l'exemption culturelle (clauses et réserves culturelles) « pour préserver la marge de manœuvre des États en matière de culture ». Les Parties utilisant cette approche sont notamment le Canada, l'UE et la Nouvelle-Zélande. Notons que l'exemption culturelle appliquée par le gouvernement néo-zélandais couvre non seulement des biens et services culturels traditionnels, mais aussi des produits numériques.

et du commerce. Chose certaine, il faut désormais mieux comprendre le monde du commerce, mais il faut aussi comprendre mieux et interagir avec le monde d'Internet et des télécommunications et reconnaître que si la CDEC et les politiques culturelles doivent être les instruments de la diversité des expressions culturelles, elles ne sont plus seules à constituer la gouvernance culturelle.

Le numérique pourrait bien être un contexte qui favoriserait une articulation culture-numérique-commerce en opérant comme un pont entre des mondes distincts. L'interopérabilité que recherchent les Parties à la CDEC pourrait aussi passer, paradoxalement, par l'axe culture-numérique.

Sur la scène internationale, il y a dix ans, au cours des deux phases (Genève, 2003 et Tunis, 2005) du Sommet mondial sur la société de l'information (SMSI), les représentants des peuples du monde ont adopté une conception commune de la société de l'information, dont ils ont identifié les grands principes et les principaux enjeux. L'objectif du processus du SMSI était d'encourager l'utilisation de la technologie pour améliorer les conditions de vie de tous et réduire la fracture numérique. Les résultats de mise en œuvre du SMSI au cours des dix dernières années témoignent de certains progrès en matière de diffusion et d'appropriation des technologies de l'information et de la communication à des fins de développement et ils illustrent l'efficacité du modèle de gouvernance multipartie prenante (*Multistakeholder*).

Parmi les grandes orientations du SMSI, l'orientation C8, consacrée à la « Diversité et identité culturelle, diversité linguistique et contenus locaux » couvre les domaines qui sont au cœur du mandat et des compétences de l'UNESCO. En tirant les enseignements de la décennie qui vient de s'écouler et du plan d'action SMSI+10, on constate que la diversité culturelle est bien reconnue comme faisant partie intégrante des enjeux de la société de l'information, mais qu'elle est surtout traitée du point de vue des mesures liées à la protection des langues menacées d'extinction et la préservation du patrimoine culturel et linguistique à l'ère du numérique y compris en appuyant le multilinguisme dans l'utilisation des TIC.

La vision du SMSI+10 relative aux domaines prioritaires à prendre en considération pour la période post-2015 préconise d'œuvrer non seulement en faveur d'un monde culturellement et linguistiquement plus diversifié encourageant les contenus numériques multilingues et locaux, mais aussi pour « garantir la préservation du patrimoine numérique de la société de l'information en mettant en place des stratégies numériques solidaires, bénéficiant, dans toute la mesure possible, d'un soutien au niveau international, et visant à préserver les informations enregistrées dans l'environnement

numérique, sous toutes leurs formes, ainsi que l'accès à ces informations tout en respectant la sphère privée de chaque individu » (UIT, 2014, p. 29). Par ailleurs, une autre de ces recommandations cherche à promouvoir une économie numérique favorable à la création et la diffusion de biens et services culturels en ligne à travers le commerce électronique et la liberté des échanges commerciaux au niveau international avec la prise en compte des défis fiscaux.

L'UNESCO peut participer à ce programme de développement pour l'après-2015. Ceci contribuerait à faire connaître l'intérêt de la promotion et de la protection de la diversité des expressions culturelles à l'ère numérique dans un cadre de coordination avec le processus du SMSI. Un tel scénario présente l'avantage d'augmenter les possibilités de partenariats et d'effets de levier à travers une concertation avec d'autres organisations internationales telles que l'OIF qui a déjà mis en place une stratégie numérique dont deux des axes stratégiques portent sur la diversité culturelle et les nouveaux modes d'expressions numériques, ainsi que la production/diffusion/protection des biens communs numériques.

Le positionnement de l'UNESCO et de son travail de promotion de la diversité des expressions culturelles au sein d'autres instances telles que l'UNGIS, le Forum économique et mondial (FEM) ou encore l'ICANN nous semble une piste intéressante à investir et un domaine d'intervention qui jusqu'ici n'a pas été priorisé.

Du questionnaire, ce qu'ils ont dit :

"Digital Technologies allow more people to create musical pieces and hence diversified musical styles have a greater chance to be created and disseminated. But digital Technologies are still not enough to protect and promote the diversity of culturral expressions because most of the consumers do not actively search for new music on the Internet, they are still manipulated by the mainstream music industry to a great extent". Funda Lena, Musician, Turkey.

« L'accessibilité à la diversité des expressions culturelles passent aujourd'hui par l'accès gratuit à une connexion Internet et par la redéfinition des modèles d'affaires de distribution de biens et services culturels, en complète transformation. Les grands groupes médiatiques semblent de plus en plus avoir la main mise sur le contenu, au détriment d'une véritable expression culturelle diverse et forte. » Katia Paradis, documentariste, Canada.

Les défis pour les PED

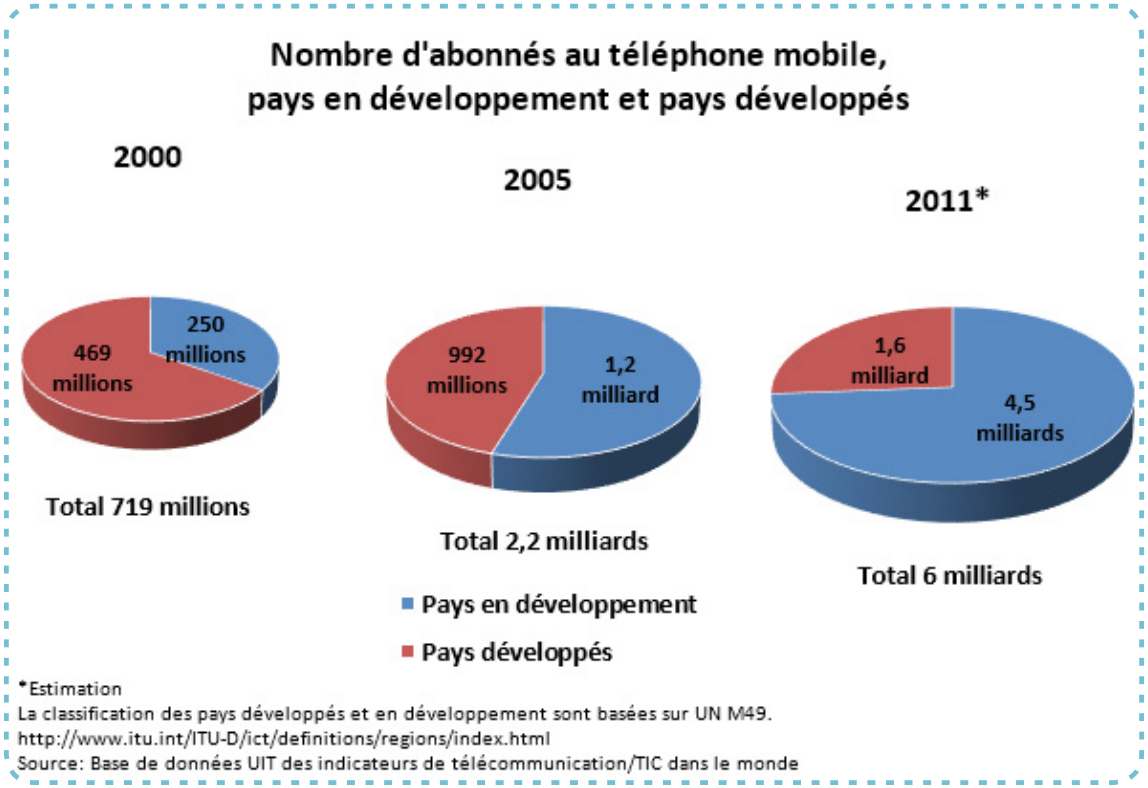
« […] la conception des pays en développement comme étant passifs et improductifs est complètement erronée ; en effet dans ces régions – en particulier dans les pays émergents – on voit apparaître une myriade de projets innovants, parfois de taille considérable. » (Kulesz, 2014, p. 13)

L'écosystème numérique dynamique dans certains pays nous invite à « (…) moderniser l'approche de la coopération pour l'adapter à une situation de grand dynamisme et d'hétérogénéité centrée sur les acteurs locaux ». (Kulesz, 2014)

« En moins de 10 ans, il y a eu huit fois plus d'utilisateurs du téléphone mobile que du fixe (282 millions contre 35 millions). D'après la GSMA (2008), 550 000 km² de couverture réseau permettant de joindre 46 millions d'Africains ont été ajoutés à la couverture existante rien qu'en 2007. Le rapport de cette association souligne même que dans des pays comme l'Égypte, le Kenya, l'Ouganda ou le Rwanda, le taux de couverture atteint désormais 90 %. » (Alzouma, 2008, p. 39)

Nouvelles fractures ou saut technologique pour les PED?

Les défis que nous avons abordés sont aussi importants dans les PED que dans les pays développés. Toutefois, il faut reconnaître les spécificités des enjeux du numérique dans les PED. L'inclusion numérique doit demeurer une priorité transversale allant au-delà de l'accessibilité aux réseaux et services numériques afin de permettre aux PED de tirer tout le bénéfice des opportunités qu'offre le numérique pour la diversité des expressions culturelles. Le rythme de production, de diffusion et d'adoption des innovations numériques accentue les inégalités d'accès et de consommation des biens et services culturels entre différentes sociétés et parfois même à l'intérieur d'une même



société. Il fait nul doute que les PED gagneraient à s'engager dans le chantier d'élaboration de stratégies numériques pour la culture.

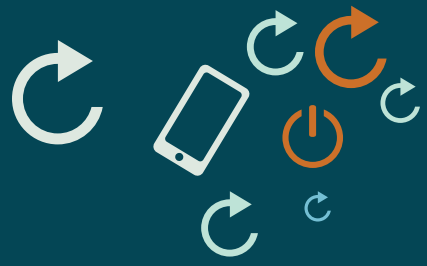
Considérant la rapidité de diffusion des technologies et des services numériques, les PED, comme les pays développés, ne peuvent se permettre d'élaborer et de mettre en œuvre de façon séquentielle leurs politiques et mesures culturelles. Ils doivent amorcer simultanément une réflexion visant à prendre en compte le numérique dans leurs politiques culturelles et dans le cadre de la coopération internationale dans ce domaine. Le risque est que sinon, ils peuvent rater le train de la révolution numérique, ce qui aurait des impacts énormes sur les populations de ces pays et les générations futures.

Les conséquences concrètes de ne pas établir des stratégies et des politiques adaptées à l'ère numérique seraient notamment une perte au niveau de la croissance économique, une augmentation des inégalités sociales et culturelles aux niveaux local et international, l'appauvrissement du patrimoine culturel du monde et la marginalisation de certains pays dans le cyberespace. Il convient d'examiner les opportunités numériques qui pourraient garantir aux PED de réussir leur entrée dans une société mondiale de l'information et de communication plus inclusive et équitable et dans laquelle les différentes cultures sont interconnectées et véritablement mises en réseaux.

Dans son rapport sur le développement humain de 2001, le PNUD estimait que « Internet fait tomber les barrières géographiques, accroît l'efficacité des marchés, crée des opportunités de revenus et favorise la participation à l'échelon local » (PNUD, 2001, p. 2). L'hypothèse que le progrès technique puisse réduire les inégalités de développement constitue le leitmotiv d'une connectivité universelle permise par les autoroutes mondiales de l'information. Pour Jean-Michel Severino, ancien Directeur de l'Agence française de développement (AFD), l'avènement des TIC inaugure en Afrique une nouvelle ère, celle de « l'Afrique branchée » ou de la « cyberafrique » qui pourrait réaliser un bond technologique ou *leapfrogging*, phénomène se produisant « lorsqu'un pays brûle les étapes du développement en accédant à des technologies de pointe sans passer par la génération technologique précédente, souvent plus chère et moins efficace » (Severino et Ray, 2011, p. 160). L'argument du *leapfrogging* (Fulssack *et al.*, 2005) vient souvent justifier et encourager la non-régulation des marchés des TIC. Mais il s'agit plutôt de « rerégulation » avec un alignement des objectifs des politiques gouvernementales vers l'inclusion numérique et l'accès aux TIC par l'aménagement numérique du territoire national.

Le rapport des Nations Unies de 2013 sur l'économie créative réalisé par le PNUD et l'UNESCO mentionne que :

Les nouveaux moyens de télécommunication et d'enregistrement ont aidé à surmonter les difficultés qu'entraîne l'éloignement par rapport aux grands centres créatifs. La musique est enregistrée à l'aide de logiciels gratuits, souvent avec un matériel fourni par la communauté, puis téléchargée sur MySpace et YouTube pour être diffusée. Les dizaines de milliers de "hits" en ligne illustrent la manière dont des musiciens de hip-hop, même dans les endroits les plus reculés, ont réussi à toucher un plus large public. » (UNESCO, PNUD, 2013, pp.111-112)



Du questionnaire, ce qu'ils ont dit :

"In my view digital technologies present a great opportunity for small cultural operators in sound recordings and films, provided they are adequately equipped with skills and access to the Internet and mobile communication channels. Digital technology provide the ability for creators to produce recorded cultural content at much less cost, and also create the possibility for small cultural operators to promote and deliver their recorded creative output across geographic borders. The music and entertainment sector (in particular producers of sound recordings and films), will reap significant benefits from greater potential direct access to international markets. The challenge producers face is access to affordable broadband Internet and multimedia production skills". Lloyd Stanbur, Music and Media Business Consultant and Entrepreneur, Jamaica.

« Les technologies numériques facilitent les échanges et contribuent à élargir le marché, la distribution/diffusion. Mais, celles-ci constituent aussi des risques pour les expressions culturelles dans un pays où les lois ne sont ni existantes ou adaptées ni appliquées. » Tojo Rakotomalala, Consultante, Madagascar.

« L'accès et l'utilisation des technologies numériques ont beaucoup fait évoluer le monde du cinéma dans le pays, surtout pour la création des films court métrage. Par ailleurs, le public a pu participer à l'appréciation et à la sélection des meilleurs grâce à l'Internet, la télévision et la téléphonie. » Tojo Rakotomalala, Consultante, Madagascar.

« Internet a recréé des frontières culturelles (notamment linguistiques) : noms de domaine selon les pays..., bien plus étanches que les frontières géographiques. » Gérard Ganvert, Société des Éditeurs et Auteurs de Musique, France.

L'accès est primordial, mais ce n'est pas le seul déterminant des inégalités et des fractures. Ainsi, l'action publique en matière d'inclusion numérique dans les PED doit aller au-delà du problème d'accessibilité aux infrastructures et aux réseaux numériques. Elle doit cibler l'acquisition, par l'ensemble des citoyens, d'une véritable culture numérique, leur conférant le pouvoir et les capacités d'agir et de passer du statut de consommateur de biens et services culturels numériques importés au statut de créateur/producteur ou contributeur à la diversité des expressions culturelles numériques aux niveaux local et international. Ce saut en avant, qui est technologique, mais également culturel et social, est beaucoup plus perceptible dans les PED partant d'un faible niveau technologique que dans les pays industrialisés qui ont déjà atteint un niveau très élevé d'accès et d'utilisation des équipements des nouvelles technologies numériques.

Plusieurs rapports officiels confortent l'idée du saut technologique. L'OCDE se penche depuis plusieurs décennies sur la question de la capacité des PED à accéder aux TIC et à pouvoir en tirer profit dans une perspective de décollage économique. L'étude de Cristiano Antonelli sur la diffusion des télécommunications de pointe dans les PED (Antonelli, 1991) en rend compte.

Le Rapport mondial sur la communication et l'information 1999-2000, fut l'un des tout premiers à insister sur la course au numérique, donnant l'espoir aux PED de s'appuyer sur les innovations technologiques pour améliorer les performances de l'économie et de rattraper leur retard puisque « …les TIC permettraient à ces pays de sauter l'étape de l'industrialisation et de faire entrer leurs économies dans une ère postindustrielle » (UNESCO, 1999, p. 38). Le Rapport de la CNUCED sur le commerce électronique et le développement (CNUCED, 2003) estimait quant à lui que l'intensification des flux de transactions électroniques, l'externalisation en ligne de nouveaux services et les transferts de connaissances permis par l'application des TIC dans le domaine du commerce permettront aux entreprises de « brûler les étapes de l'informatisation en améliorant leur capacité à produire et échanger plus rapidement des biens et des services, à élargir leur partenariat, à créer de nouveaux emplois et à devenir plus compétitives sur le plan de l'exportation tout en stimulant l'économie locale par des services TIC à forte valeur ajoutée ». (CNUCED, 2003, p. 51)

Il n'est pas nécessaire pour commencer à utiliser et à produire des technologies numériques d'investir massivement dans les infrastructures ou dans l'accumulation d'expérience. (Steinmueller, 2001, p. 239) Les bénéfices du numérique pourraient bien être significatifs sans d'énormes investissements. La production de biens et services culturels numériques constituerait un raccourci pour les PED qui pourraient éviter la longue et coûteuse phase d'industrialisation technologique. Ce « saut technologique » offrirait la possibilité à ces pays d'adopter rapidement les technologies numériques

pour une production et une exportation d'une offre culturelle diversifiée en ligne, ce qui peut aussi contribuer à rééquilibrer les termes des échanges culturels mondiaux. Il est certain que ceci aurait un impact positif sur la diversité des expressions culturelles à tous les niveaux.

L'adoption rapide de la téléphonie mobile sur l'ensemble du continent africain, qui se fait au détriment de celui de la téléphonie fixe constitue un exemple de saut technologique. Dans un intervalle de temps très court, de nombreux PED sont passés d'une situation de manque flagrant de lignes téléphoniques fixes à une situation où une bonne partie de la population possède et utilise des téléphones mobiles. Le téléphone mobile a permis ainsi à ces pays de sauter l'étape de la technologie du 20e siècle qu'est la ligne fixe, et d'atteindre directement la technologie mobile du 21e siècle.

Ce saut technologique que l'on peut qualifier de « miracle du mobile » constitue une démocratisation de la téléphonie qui permet à de nombreux artistes des PED en quête de visibilité internationale de diffuser sur leurs pages Facebook ou sur d'autres réseaux sociaux. Des études européennes indiquent que compte tenu de l'engouement généralisé des PED pour le numérique et pour le secteur des industries créatives (design, graphisme, audiovisuel, édition, arts visuels, arts du spectacle…), il ne serait pas surprenant que l'on assiste, dans les PED, à des avancées importantes en matière d'adoption, de réappropriation ou de réinvention de technologies novatrices à des rythmes plus rapides qu'en Europe. D'ailleurs, on peut citer le cas de la comparaison entre l'Allemagne et l'Inde au niveau du mode de consommation des produits musicaux; alors qu'en Allemagne 75% de la consommation de musique est encore analogique, c'est l'inverse en Inde où 75% de la consommation y serait déjà numérique. (Drücke, 2014)

Dans un contexte où l'environnement technologique devient un vecteur potentiellement puissant d'une diversité créatrice, l'espoir est permis pour les PED de gagner la bataille de la visibilité et favoriser l'accès en ligne de leurs biens et services culturels au marché mondial. Mais il est aussi crucial d'adapter la technologie de manière créative au contexte local.

> « La créativité prend place quand, confrontées à ces inadaptations, les populations concernées, loin de s'accommoder, développent, de par leur débrouillardise, des solutions de rechange, plus adaptées à leur contexte culturel, matériel et économique. C'est d'ailleurs ces « arts de faire » qui expliquent la création un peu partout en Afrique des cabines téléphoniques d'un genre nouveau, le développement des pratiques de *radiosurf*, de *happy snapping*, de piratage audiovisuel, de *crowd funding*, etc. » (Kiyindou, 2013, p. 4)

Du questionnaire, ce qu'ils ont dit :

« Internet reste un outil incontournable pour les générations présentes et futures. Toujours est-il que le numérique ne rentre pas encore suffisamment dans les mœurs des Africains. Le système bancaire ne permet pas encore l'accès pour consommer les biens et services culturels en ligne. Les acteurs et professionnels de la culture sont pour la plupart en retard dans l'utilisation du numérique comme outil de formation. La diversité des expressions culturelles reste aussi une problématique méconnue et incomprise, car inexistante dans les programmes d'éducation et de sensibilisation du public au Cameroun. » Blaise Ndékou Tima, Président d'Africa Designs, Cameroun.

"While digital technology provides a new set of operating protocols for the various value chain moments, my view is that there is a net benefit to these rather than a challenge". Ojoma Ochai, Nigeria.

"Es un reto para la creación, distribución y consumo porque supone el manejo de nuevas herramientas, la superación de barreras de entrada, la negociación con nuevos intermediarios digitales y la alfabetización digital suficiente. No se puede pensar en la creación audiovisual casi por fuera de las tecnologías digitales. Es un reto para la formación y educación." Profesor, Universidad Carlos III de Madrid, España.

"The fragmentation of audiences occurring in the digital era may somewhat impede the capacity building of cultural actors." University Lecturer, Australia.

Afin de favoriser le rattrapage technologique, il faut soutenir et adopter de bonnes pratiques et adapter les politiques et les cadres réglementaires au contexte numérique. Bon nombre de localités et de populations dans le monde restent encore dépourvues de connexion Internet. (Internet Society, 2014) Les contraintes qui bloquent la chaîne de valeur culturelle dans les PED sont souvent liées au manque de soutien étatique et de cadres réglementaires adéquats, de visions stratégiques à long terme, à l'insuffisance de formation des acteurs et professionnels de la culture, à l'insuffisance des investissements et des financements disponibles pour les industries culturelles, ainsi qu'à la piraterie de plus en plus importante et à la petite taille des marchés locaux. La Conférence mondiale de développement des télécommunications de l'UIT s'est engagée à travailler sur ces questions réglementaires et politiques de la connectivité transfrontalière.

Ces difficultés, obstacles et contraintes obligent les États Parties à créer une dynamique mobilisatrice et solidaire qui permettra de faire du numérique un vecteur puissant de diversité des expressions culturelles et de développement d'une économie mondiale créative, respectueuse des créateurs de tous les pays et surtout des PED. Les dynamiques émergentes tracent la voie, mais certaines institutions commencent également à adopter leurs propres stratégies et plans numériques. C'est notamment le cas de l'OIF (voir l'encadré).

Des politiques 2.0 et des stratégies numériques seront déterminantes des performances des PED comme des pays développés. C'est pourquoi il est important de partager les bonnes pratiques qui peuvent instruire le processus d'élaboration de politiques culturelles 2.0.

La Stratégie de la Francophonie numérique Horizon 2020

La stratégie adoptée lors du quatorzième sommet de la Francophonie réuni à Kinshasa en octobre 2012, entend « contribuer à l'émergence d'une société de l'information démocratique, inclusive, ouverte et transparente qui favorise la diversité culturelle et linguistique et l'intégration de la Francophonie dans l'économie numérique. » (OIF, 2012)

L'OIF a identifié quatre axes stratégiques d'intervention pour permettre aux pays francophones, de pleinement maîtriser les transformations induites par le numérique.

Tableau - La Stratégie de la Francophonie numérique Horizon 2020

Axes stratégiques	Champs d'intervention	Mise en œuvre
1. Accompagner l'innovation pour l'intégration des PED dans l'économie numérique	Entrepreneuriat des jeunes dans le numérique Développement de l'économie numérique	Subsidiarité, valorisation des bonnes pratiques, jeunesse et égalité homme femme
2. Édifier des sociétés de l'information ouvertes, transparentes, et démocratiques en Francophonie	Gouvernement électronique et participation citoyenne Politiques nationales et régionales pour des données ouvertes sur Internet Sécurité, liberté et confiance dans l'univers numérique	Synergie OIF, APF, opérateurs et conférences ministérielles
3. Développer l'intelligence numérique au service de la diversité et du partage	Partage des ressources et questions émergentes Gouvernance de l'Internet pour le développement et l'expression de la diversité culturelle et linguistique Mise à niveau de la réglementation, de la législation, et de la régulation du secteur du numérique	Coopération avec les organisations internationales et régionales Partenariats innovants et nouveaux accords de coopération
4. Produire diffuser et protéger les biens communs numériques	Contenus francophones et nouveaux modes d'expression numérique Domaine public et bien commun de la connaissance	Révisions périodiques, Conseil d'orientation, comités ad hoc

Conclusion SAVOIR

Notre étude a permis de mettre en lumière 5 défis (5D) qui impliquent des effets potentiels positifs comme négatifs (tableau). D'une part, porteuse de perspectives positives, en termes d'enrichissement et d'élargissement de l'offre et des contenus, l'écosystème numérique contribue à enrichir la CDEC dont il renforce les objectifs de promotion de la diversité et de solidarité internationale. Les opportunités sont nombreuses et largement reconnues. Toutefois, certaines actions peuvent avoir un impact multiplicateur permettant de tirer le maximum de dividendes du numérique sur le plan de la diversité des expressions culturelles. Il y a un potentiel énorme, mais encore faut-il SAVOIR comment l'atteindre et le réaliser pleinement. Les menaces sont réelles, il existe des incertitudes juridiques et économiques découlant des recombinaisons industrielles inhérentes à la convergence sectorielle et à la prolifération d'accords commerciaux qui affectent les industries culturelles. On note une concentration industrielle et de nouvelles fractures numériques culturelles. Dans les PED, Internet et le numérique sont de puissants vecteurs potentiels de développement susceptibles de permettre un saut technologique. Les risques d'accroissement de la fracture numérique sont aussi importants pour les PED qui souffrent le plus du déséquilibre de l'offre culturelle aux niveaux local et international.

L'écosystème numérique ne génère pas de la diversité culturelle et il peut être un frein à cette diversité. Il implique la perte, pour les États, des repères et des instruments de politiques publiques. Les États et les organisations internationales doivent intervenir en mettant en œuvre des politiques et des pratiques culturelles adaptées. Trois mondes, la culture, le numérique et le commerce, doivent être mieux articulées puisqu'ils sont en interaction et que celle-ci doit être favorable à l'émergence d'une culture en réseaux diversifiée.

Les 5D	Opportunités pour la diversité des expressions culturelles	Risques pour la diversité des expressions culturelles
Dématérialisation : nous ne payons plus la possession d'un produit, mais l'accès à un contenu sur Internet	- Gamme de biens culturels plus abondante et abordable. - Réduction des inégalités dans l'accès aux œuvres (possibilité d'atteindre des publics dispersés et/ou éloignés). - Facilitation des échanges et modes de livraison plus rapide. - Interopérabilité des réseaux et interconnexions facilitent l'accès.	- Assèchement du financement de la création et du renouvellement des talents en raison de la culture de la « gratuité » et du piratage. - Captation de la valeur par les opérateurs de diffusion au détriment des producteurs de contenus/Domination possible des FAI dans la chaîne de valeurs. - Marginalisation de certaines populations, car l'accès limité aux services par la disponibilité de réseaux et les infrastructures qui restent très inégalement répartis.
Désintermédiation : affaiblissement des intermédiaires traditionnels	- Relation directe producteur/consommateur. - Création de nouvelles formes de financement (financement participatif) facilitant l'émergence de projets originaux et/ou risqués.	- Déséquilibre entre économies propriétaire et de partage. - Possibilité de réintermédiation par des acteurs en position dominante par les effets de réseau et d'innovation ce qui leur permet de contrôler la diffusion en favorisant leurs produits. - Apparition de nouveaux intermédiaires (plateformes, moteurs de recherche) au rôle essentiel dans l'accès à l'œuvre (exhaustivité des réponses, hiérarchisation des réponses proposées, etc.).
Décloisonnement : convergence technologique et suppression des frontières sectorielles	- Émergence d'une large palette d'outils de création et d'exposition des œuvres et de nouvelles formes artistiques. - Accessibilité accrue des contenus sur le web. - Nouveaux modèle d'affaires.	- Asymétrie de régulation entre les différents secteurs. - Incertitudes juridique et économique.
Délinéarisation : fin d'une programmation unique dictée par les médias	- Fin potentielle d'une culture de masse et début d'une culture de niche : multiplication des contenus. - Théorie de la « longue traîne » : prolongation de la durée de vie d'œuvres rares ou fragiles.	- Amplification des phénomènes de concentration, de marchandisation et de standardisation (impact de la cession des données et des nouveaux intermédiaires prescriptifs).
Déterritorialisation	- Facilitation des échanges culturels et artistiques internationaux. - Grande liberté de choix dans les contenus culturels.	- Problèmes d'effectivité des politiques nationales en matière de réglementation, de fiscalité, de gestion des droits d'auteur, etc. - Possible remise en cause de l'économie générale du financement de la création.

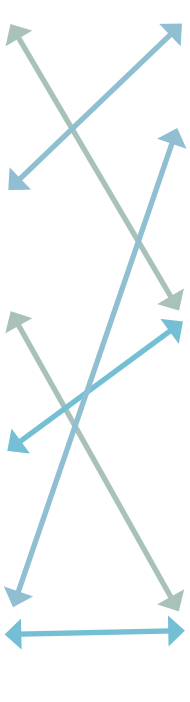
2 VOULOIR - POLITIQUES ET PRATIQUES CULTURELLES

Existe-t-il des exemples à suivre?

Dans cette partie, nous mettons l'accent sur la manière dont les acteurs expriment leur volonté d'agir et comment certains exemples se distinguent et se démarquent.

Principaux éléments :

- Déjà, certains États mettent en œuvre des politiques culturelles qui intègrent le numérique ou des stratégies du numérique qui incluent un volet culturel.
- Malgré ces initiatives, il y a encore beaucoup à faire pour une majorité d'États pour réussir le virage numérique dans le cadre de leurs politiques culturelles.
- Les PED devraient tenir compte de l'importance de l'industrie numérique de contenus et d'applications mobiles dans leurs stratégies de développement économique.
- Outre le développement des infrastructures, les États sont aussi appelés à adopter des politiques pour soutenir la production et la diffusion de contenus culturels numériques.
- La société civile et le secteur privé ont un rôle actif à jouer dans la promotion et la protection de la diversité des expressions culturelles à l'ère du numérique et de nombreux organismes sont déjà à l'œuvre, notamment dans les PED.



Le numérique et la culture. De notre questionnaire :

- **55%** des répondants estiment que les politiques culturelles en vigueur dans leur pays pourraient être mieux adaptées aux enjeux du numérique.
- Garantir une juste rémunération des créateurs dans l'exploitation numérique de leurs œuvres et un meilleur partage de la valeur entre producteurs, éditeurs et distributeurs de services en ligne figurent au premier et au deuxième rangs des mesures identifiées par les répondants pour la « protection » de la diversité des expressions culturelles à l'ère du numérique.
- Mettre en place des politiques de rayonnement de l'offre culturelle nationale figure au premier rang des mesures identifiées par les répondants pour la « promotion » de la diversité des expressions culturelles à l'ère du numérique.
- **62%** des pays développés considèrent que la distribution/diffusion de contenus culturels est l'enjeu le plus touché par le numérique.
- **78%** des PED considèrent que la création/production de contenus culturels est l'enjeu le plus touché par le numérique.
- La publication et la consultation en ligne de contenus culturels et artistiques arrive au premier rang des pratiques du numérique pouvant le plus influencer la diversité des expressions culturelles.

Introduction

Les politiques publiques, comme la coopération internationale, en matière de culture sont appelées à se renouveler afin de s'adapter aux nouveaux défis liés au numérique. Avec l'avènement des technologies numériques, la culture devient un champ de réflexions et d'actions constituant un terreau favorable pour l'émergence de nouvelles pratiques pouvant témoigner de la capacité des acteurs à s'adapter au nouvel environnement numérique.

Considérant que la mise en œuvre de politiques publiques et de la CDEC passe par la généralisation des meilleures pratiques de mise en œuvre à l'ère du numérique, le recensement proposé dans cette étude vise à mettre en lumière ce qui se fait sur le terrain en termes de projets, d'initiatives et de pratiques numériques dans le domaine de la culture.

Nous avons accordé une importance particulière aux expériences nécessitant peu de moyens susceptibles d'être adaptées aux contextes locaux, et ceci surtout dans les PED. Nous abordons premièrement les politiques et les stratégies liant culture et numérique, les différents types de bonnes pratiques pour ensuite tenter de définir ce que nous pouvons appeler une politique culturelle 2.0.

Nous entendons par bonnes pratiques, les projets novateurs s'appuyant sur l'utilisation des technologies numériques, notamment Internet, ayant donné des résultats. Nos exemples ont été sélectionnés sur la base des critères suivants :

- La prise en compte du numérique : L'action favorise l'utilisation des technologies numériques.
- La prise en compte de la dimension innovatrice : L'action possède une valeur d'exemple à travers de nouvelles approches ou méthodes.
- L'impact ou le succès : L'action doit mener à des résultats pour la promotion et la protection de la diversité des expressions culturelles, cibler un public large et diversifié et mobiliser l'implication de plusieurs acteurs et partenaires.
- La durabilité : L'action présente des garanties de durabilité (possibilités de financement fiables) tout en préservant l'environnement et en permettant le renforcement des « capacités techniques » au niveau local.
- La reproductibilité : L'action ne nécessite pas de conditions extraordinaires pour pouvoir être mises en œuvre et elle peut être étendue à un champ d'action plus large ou en d'autres endroits en s'intégrant à un contexte international ou transnational.

Définition d'une bonne pratique

« (…) une bonne pratique peut être définie comme étant une pratique créative et durable qui procure une réponse effective basée sur l'idée de l'utilisation directe du savoir. Elle détient le potentiel d'être reproduite, d'agir ainsi comme "moteur d'inspiration" et peut contribuer au développement de politiques. Son impact se remarque dans l'amélioration de la qualité de vie des peuples et des communautés, tout en étant socialement, culturellement, économiquement et environnementalement durable. » (Sekhar et Steinkamp, 2010, p. 10)

Nous avons consulté plusieurs sources d'informations :

- Liste des projets approuvés pour financement par le FIDC de l'UNESCO.
- Les exemples novateurs identifiés par les experts internationaux et extraits des rapports périodiques quadriennaux des Parties. (UNESCO, 2014b)
- La rubrique « Pratiques innovantes » du site de la Coalition pour la Diversité culturelle.
- La rubrique « Politiques et mesures culturelles – Bonnes pratiques » du site Cultures et Communication Québec et les sites web de plusieurs pays dans le domaine culturel.
- Les résultats du questionnaire élaboré dans le cadre de cette étude.

Nous avons mené des recherches sur les politiques culturelles et initiatives nationales, mais nous avons aussi répertorié des initiatives de la société civile ou du secteur privé qui permettent d'élargir le champ des possibilités offertes par le numérique dans le domaine de la culture.

Exemples de dispositifs nationaux de soutien aux entreprises culturelles menant des projets d'innovation technologique en France

Type	Libellé	Objectif	Bénéficiaires
Subvention	Plan de soutien à l'innovation et à la transition numérique pour le secteur de la musique enregistrée (Ministère de la Culture et de la Communication)	Accompagner des TPE/PME du secteur de la musique dans l'adaptation aux nouveaux usages et dans leurs investissements afin d'encourager la diversité musicale et le renouvellement des talents.	Entreprise de production phonographique et éditeurs de service de musique en ligne.
Subvention	Concours national d'aide à la création d'entreprises de technologies innovantes www.concourscreation.fr	Faire émerger et soutenir les meilleurs projets de création d'entreprises innovantes (projets « en émergence » et projets « création-développement »). Financement à hauteur de 45 000 euros.	Porteurs de projets de création d'entreprises sur le territoire français (étudiant, salarié du public ou du privé, demandeur d'emploi...)
Subvention	Bourse French Tech www.lafrenchtech.com	Soutenir les entrepreneurs porteurs d'un projet fondé essentiellement sur une innovation d'usages, de procédés ou de services, de modèle économique pour la création de valeur et d'emplois. Financement à hauteur de 30 000 euros.	Jeunes entreprises créées il y a moins d'un an, immatriculées en France ; Entrepreneurs accompagnés par des incubateurs.
Mesures fiscales	Crédit d'impôt pour les PME	Soutenir les PME qui engagent des dépenses d'équipement dans les nouvelles technologies en réduisant les impôts portant sur ces dépenses. (Montant : 20 % des dépenses éligibles à hauteur de 200 000 euros sur une période de 3 ans).	PME, imposées d'après leur bénéfice réel ; Jeunes Entreprises Innovantes (JEI) ou entreprises participant à un projet de R&D labellisé dans une zone R&D d'un pôle de compétitivité.

Source : Direction générale des médias et industries culturelles, Entreprendre dans les industries culturelles. Le guide des dispositifs nationaux de soutien à la création et au développement, Paris, 2014, 242p.

Articulation des stratégies numériques et des politiques culturelles

Un défi important à relever pour le futur consistera à l'articulation des stratégies numériques et des politiques culturelles, et vice-versa. Pour l'instant, on constate que les politiques ou les mesures visant le numérique n'intègrent pas la culture et l'inverse est aussi vrai. Les politiques et les mesures culturelles n'abordent pas souvent la question du numérique et des opportunités/obstacles que représente la rapide évolution des technologies numériques pour la culture. Aussi, bien peu de pays ont mis en place de véritables stratégies numériques afin de développer leurs industries culturelles et créatives.

Au nombre des stratégies numériques émergentes actuellement, les gouvernements de certains pays se démarquent comme la France, l'Espagne, la Norvège, le Québec/Canada, le Brésil, le Mexique, l'Argentine, le Vietnam, le Chili, l'Afrique du Sud, et la Tunisie. Ces pays portent une attention particulière à l'interaction des technologies numériques et de la culture. On note que les mesures vont plus dans le sens d'actions promotionnelles que d'actions visant la protection. La plupart des répondants à notre questionnaire se sont dits insatisfaits de la manière dont le numérique est abordé par les politiques ou les stratégies numériques et culturelles. En revanche, nous avons constaté que plusieurs PED développaient des stratégies numériques intéressantes qui pourraient prendre en considération les objectifs de la CDEC.

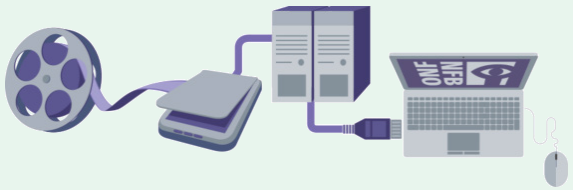
En France, le rapport France numérique 2012-2020 et le récent rapport du Conseil économique, social et environnemental (CESE) intitulé « Pour un renouveau des politiques publiques de la culture » (CESE, 2014) expriment une volonté politique d'adapter les politiques culturelles à l'ère du numérique même si la dimension économique est présente et structurante.

En Norvège, le gouvernement met l'accent sur la politique numérique Digital Agenda for Norway: ICT for Growth and Value Creation 2012-2013, à travers laquelle il reconnaît le potentiel de croissance économique lié à la marchandisation de la musique facilitée par le numérique. L'objectif est l'élaboration d'un agenda culturel numérique consolidé dont la pierre angulaire serait la compréhension des nouveaux mécanismes de marché.

La stratégie numérique du Mexique intitulée National Digital Strategy accorde, une place prépondérante à la culture, en misant sur la promotion d'un accès universel à la culture par l'utilisation des TIC, la mise en place d'une infrastructure nationale permettant l'accès aux TIC ainsi que l'encouragement au développement d'industries créatives dans le domaine culturel, la numérisation et l'accessibilité en

Le « Canada numérique 150 »
Un plan qui intègre l'avenir numérique du contenu culturel canadien

On prévoit d'outiller les industries créatives afin qu'elles soient en mesure de saisir les occasions dans le secteur numérique et de jouer un plus grand rôle sur le marché mondial des biens et services culturels.



Dans le cadre de la mise en œuvre de ce plan, l'Office national du film travaille à numériser la totalité de sa collection de plus de 13 000 films. Le gouvernement canadien soutient le Fonds du livre du Canada ainsi que le Fonds de la musique du Canada avec un financement permanent pour la création d'un nouveau contenu numérique et l'amélioration de la visibilité du contenu canadien sur les plateformes numériques. Par ailleurs, on prévoit la numérisation d'environ 60 millions d'images de nombreuses collections en s'appuyant sur un partenariat entre la Bibliothèque et Archives Canada et Canadiana.org.

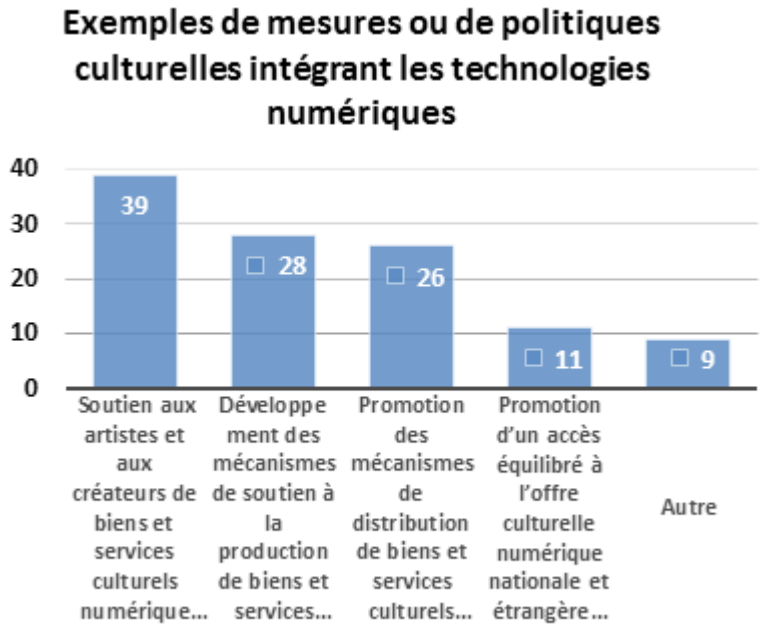
ligne de l'héritage culturel mexicain, la création de plateformes numériques de diffusion de contenus culturels et la promotion de l'innovation dans le secteur culturel, par l'utilisation d'outils numériques. (Gouvernement du Mexique, 2013, pp. 22-23) Le Mexique se distingue comme l'un des pays ayant porté très tôt un intérêt pour les industries créatives, c'est un précurseur dans ce domaine.

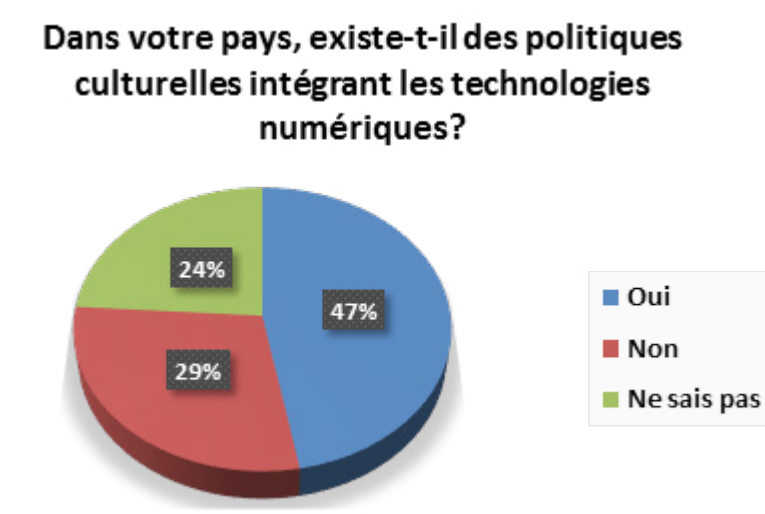
L'Argentine fait aussi figure de bonne élève à travers le « Réseau fédéral de culture numérique » qui est un des axes du Plan National d'Équité Culturelle de l'Argentine qui prône « l'égalité d'accès à la production, à la documentation et à la visualisation d'initiatives culturelles par la connexion des "Stations Culturelles de Production". » Le développement du Réseau fédéral de culture numérique a pour but de doter les espaces culturels d'un équipement technologique et d'outils de formation qui permettront de documenter, de projeter et de présenter des contenus culturels numériques. Ceci est développé en synergie avec le projet de Télévision Numérique Ouverte (Televisión Digial Abierta, TDA) et le Plan National Argentine Connectée (Plan Nacional Argentina Conectada).

Au Vietnam, le programme « Mesures pour combler les fractures culturelles » vise à développer les infrastructures permettant la création d'un réseau moderne de technologies de l'information et de communication dans le but de réduire les grandes disparités entre populations urbaines et rurales en matière d'accès aux infrastructures technologiques de base pour favoriser le développement des industries culturelles et créatives.

En Espagne, la politique culturelle du pays intègre dix-huit stratégies destinées à la promotion de la numérisation du patrimoine et du contenu culturel. L'une de ces stratégies, *Cultura en positivo,* vise à répertorier les acteurs des industries du film et de la musique qui œuvrent dans le secteur numérique et de les sensibiliser au respect des politiques de droits d'auteurs afin de mieux lutter contre le piratage.

En Tunisie, certaines lois et procédures similaires ont également été prises par le gouvernement pour lutter contre le piratage et les violations des droits d'auteur. Soulignons que le ministère de la Culture de la Tunisie a bénéficié en 2012 du soutien du FIDC afin de mettre en œuvre un ensemble de solutions en ligne pour revitaliser le secteur du livre. Ainsi, en partenariat avec l'Union tunisienne des éditeurs, le ministère a lancé le 8 novembre 2012 un site web où près de 1 500 livres tunisiens sont présentés et promus. Certaines lois et procédures ont également été mises en place pour lutter contre le piratage et les violations des droits d'auteur.





Dans le cas du Brésil, le Réseau de laboratoires d'art et d'innovation mis en place par le gouvernement a permis de constituer via un projet dénommé « Pontos de cultura », un réseau de points centraux d'accès à la culture grâce à une infrastructure technologique de pointe. En 2007, on pouvait recenser 742 centres répartis dans 250 municipalités brésiliennes et visant à fournir les outils nécessaires aux créateurs afin qu'ils puissent produire et diffuser des contenus culturels et artistiques en format numérique. De plus, le Brésil a créé un Centre national d'inclusion numérique avec une base de données qui permet d'évaluer l'impact des politiques nationales en matière d'inclusion numérique sur l'utilisation et l'appropriation par les populations défavorisées d'outils numériques pouvant favoriser l'accès à la culture et au savoir.

Alors que la politique numérique du Chili ne fait pas mention de la culture, la politique culturelle (Política Cultural 2011-2016) reconnaît l'apport du numérique au niveau de la création et de la diffusion de la culture. Le 6e objectif vise à promouvoir la création culturelle via les plateformes numériques. Cet objectif se décline en 5 sous-points, dont l'éducation aux nouvelles technologies. Cet aspect est trop souvent négligé, surtout dans les PED où l'accès aux technologies est plus limité et où la population pourrait en bénéficier le plus. Parmi les autres mesures de l'objectif 6, le sous-point 49 vise à contribuer à l'augmentation de la production de contenus numériques et le 50 vise à contribuer à l'identification et à la diffusion d'expériences existantes d'utilisation de moyens numériques dans le domaine culturel (Politique culturelle du Chili, 2011, p. 59).

En 2014, le gouvernement du Québec s'est doté d'un plan culturel numérique comportant 51 mesures, avec un investissement de 110 millions de dollars prévus sur 7 ans. Ce plan vise à accompagner les entreprises culturelles dans leur virage numérique et à assurer à plus long terme le rayonnement de la culture québécoise sur les marchés locaux, nationaux et internationaux à travers la création et la diffusion de contenus culturels numériques (encadré, p.53).

L'Union européenne a mis en place, pour la période 2014-2020, un nouveau programme de soutien au secteur culturel et créatif européen, le programme « Europe créative ». Il s'agit d'un outil d'investissement face aux changements structurels posés par la mondialisation et le passage au numérique. Doté d'un budget de 1,4 milliard d'euros, il a pour objectif de renforcer la diversité culturelle et artistique européenne et la compétitivité des secteurs concernés et de contribuer à la stratégie de sortie de crise et de transition de l'Union européenne (UE2020). Il se compose de 2 volets : Culture et MÉDIA. Un 3e volet transsectoriel qui financera la mise en œuvre d'un fonds de garantie pour encourager l'entrepreneuriat culturel sera mis en place en 2016. Selon de nombreux observateurs, ce dispositif marque la prise en compte de l'importance du secteur culturel et créatif dans l'emploi, la

Du questionnaire, ce qu'ils ont dit :

« Nous pouvons plus facilement accéder au travail des créateurs ; ce qui est d'ailleurs inspirant et très enrichissant. Grâce à Internet, nous sommes beaucoup plus au courant des parcours et du rayonnement des œuvres cinématographiques canadiennes et québécoises ailleurs dans le monde ». Sarah Pellerin, Scénariste et réalisatrice, Canada.

croissance et l'innovation européenne, comme de la nécessité d'investir spécifiquement dans son renforcement et sa compétitivité dans un contexte de mondialisation et de changements liés au numérique.

Selon les réponses à notre questionnaire, 47% des répondants affirment que les autorités politiques responsables de la culture dans leurs pays ont pris des mesures ou adopté des politiques culturelles qui intègrent les enjeux liés aux nouvelles technologies numériques. Le soutien aux artistes et aux créateurs, le développement des mécanismes de soutien à la production ainsi que la promotion des mécanismes de distribution de biens et services culturels numériques constituent, par ordre décroissant, les exemples les plus cités en matière de mesures ou de politiques culturelles adaptées au numérique. On cite notamment les exemples suivants : Plan national TIC du Bénin ; Politique nationale de développement des TIC au Cameroun ; Plan France numérique 2020 ; Digital India ; Estrategia Digital Nacional Mexique ; Plan Vive Digital Colombia ; et National ICT Policy Nigeria.

En analysant en profondeur ces mesures, nous constatons cependant que la culture n'est mentionnée que dans 36% des cas évoqués, la diversité des expressions culturelles dans 16% des cas, et la CDEC dans seulement 4% des stratégies nationales du numérique identifiées par les répondants. Et si l'on prend on considération le lieu d'origine des répondants, on constate que pour 63% des répondants issus d'un PED, les politiques culturelles n'intègrent pas assez les enjeux liés au numérique. Ceci suggère que les autorités en charge des politiques culturelles dans les PED pourraient fournir davantage d'efforts pour adapter les politiques à l'ère du numérique.

Le Conseil des arts et des lettres du Québec (CALQ)

Le Conseil des arts et des lettres du Québec est une société d'État créée en 1994 par le gouvernement du Québec dont la mission consiste à soutenir la création, la production et la diffusion artistique et littéraire dans toutes les régions du Québec. Le CALQ octroie des bourses et des subventions dans plusieurs domaines artistiques : la littérature et le conte, le théâtre, la musique, la danse, la chanson, les arts du cirque, les arts médiatiques, les arts numériques, les arts visuels, les arts multidisciplinaires ainsi que les métiers d'art et la recherche architecturale. Il soutient également le rayonnement des artistes, écrivains et organismes artistiques au Québec, au Canada et à l'étranger. Pour faire face aux bouleversements engendrés par le numérique, le CALQ a mis en place de nouveaux programmes de soutien, dont la Mesure d'aide à la création et au développement de contenus culturels numériques originaux. Issue du Plan culturel numérique du Québec, cette mesure vise à favoriser la création et l'intégration de contenus artistiques originaux sur les plateformes et réseaux numériques. Avec ce type de mesures, le CALQ veut assurer le rayonnement de la culture québécoise avec des contenus artistiques québécois conçus spécifiquement pour une diffusion sur les plateformes et réseaux numériques. Cette mesure s'adresse aux artistes issus de toutes les disciplines et les appuie dans leurs efforts pour profiter des nouveaux outils de création et de diffusion de contenus culturels. Le CALQ, par le biais d'un appel à projets en partenariat avec Télé-Québec pour la création d'œuvres web, soutient également la création et la production de capsules qui sont diffusées sur la plateforme numérique de Télé-Québec, La Fabrique culturelle, un exemple de partenariat innovateur et motivant à l'ère du numérique.

> « Prendre sa place dans la culture numérique implique d'encourager la conception d'œuvres spécifiquement créées pour l'univers numérique et non seulement de rendre accessibles les œuvres traditionnelles en version numérisée. Les mesures de soutien mises en place par le CALQ ont déjà permis le développement de projets artistiques novateurs, tels que des instruments musicaux accessibles par le web, ou encore la recréation en réseau d'une chorégraphie. Pour se distinguer et être visibles sur Internet, les œuvres numériques québécoises ou francophones doivent être innovantes et présenter des caractéristiques apportant une valeur ajoutée telle qu'un haut niveau d'interactivité ou encore être collaboratives et ouvertes. Ce sont les conditions gagnantes qui permettront d'assurer une réelle présence artistique québécoise sur le web » - Stéphan La Roche, président-directeur général du CALQ.

Stratégie culturelle numérique - le plan culturel numérique du Québec

Le ministère de la Culture et des Communications du Québec (MCC) a élaboré une stratégie culturelle numérique qui s'articule autour de trois orientations : 1) l'enrichissement de l'offre de contenus culturels numériques ; 2) la diffusion et l'accessibilité des contenus ; 3) le développement d'un environnement numérique propice. Pour concrétiser cette stratégie, le plan culturel numérique du Québec a été élaboré suite à une concertation du MCC et des organismes issus des milieux artistiques et culturels. Composé de 51 mesures, ce plan est doté d'un montant de 110 millions de dollars canadiens vise à assurer une présence croissante de la culture québécoise dans l'espace numérique en donnant les moyens aux organismes culturels du Québec d'amorcer le virage numérique. Il s'articule autour de trois grandes actions à savoir : mettre à niveau les outils et les pratiques, déployer les forces actives et innover pour assurer l'avenir. (MCCQ, 2014)

Orientations / Axes d'intervention	A Enrichir l'offre de contenus culturels numériques	B Assurer la diffusion et l'accessibilité des contenus	C Créer un environnement propice au développement du numérique
1 Mettre à niveau les outils et pratiques	Rendre disponible l'offre culturelle existante	Intégrer les logiques émergentes de demande et de multiplication des accès	Adapter les outils publics d'intervention
2 Déployer nos forces actives	Soutenir la création numérique originale	**Investir l'espace culturel global avec des contenus québécois**	Assurer des conditions d'exercice adaptées pour l'ensemble des milieux
3 Innover pour assurer l'avenir	Favoriser les pratiques émergentes et inédites	Encourager la collaboration entre les acteurs d'une chaîne plus intégrée	Favoriser une culture numérique contribuant à l'économie du savoir

Deux exemples de la France

1) Politique culturelle intégrant le numérique

Le ministère français de la Culture et de la Communication (MCC) accompagne la numérisation de contenus culturels afin de les rendre accessibles à tous sur Internet. Cette démarche s'inscrit dans la mise en œuvre des objectifs de l'agenda numérique 2020 pour l'Europe et contribue au projet de la bibliothèque numérique européenne (« Europeana ») porté par la Commission européenne. Depuis 2010, le ministère s'est engagé dans le soutien à l'innovation numérique à travers un dispositif d'appel à projets dénommé «Services numériques culturels innovants » qui vise à identifier des expérimentations innovantes de services valorisant des contenus culturels numériques. En 2014, la priorité a été accordée aux projets permettant de fédérer les acteurs de la culture et du numérique à travers des réseaux numériques culturels multipartenaires.

2) Stratégie numérique intégrant la culture

Le Conseil national du numérique (CNNum) de la France organise une concertation citoyenne sur les enjeux sociétaux et économiques liés aux transformations numériques. Les propositions recueillies via une plateforme collaborative contribueront à la construction du projet de loi sur le numérique ainsi qu'à la stratégie numérique de la France. Quatre thèmes sont privilégiés : 1) Croissance, innovation, disruption ; 2) La loyauté dans l'environnement numérique ; 3) La transformation numérique de l'action publique ; 4) La société face à la métamorphose numérique

Plateformes numériques de partage de l'information culturelle

Les plateformes numériques de partage d'informations et de communications culturelles offrent une vue d'ensemble ainsi qu'un accès rapide à la culture nationale et locale, ou aux statistiques liées au secteur culturel. Certaines plateformes possèdent des fonctionnalités telles que la cartographie et la géolocalisation de divers acteurs ou d'institutions dédiés à la culture, la billetterie en ligne permettant l'achat de billets pour assister à des événements culturels ou des spectacles ainsi que des répertoires ou des bases de données indexées permettant de rechercher de l'information sur des sources de financement pour les artistes et autres professionnels de la culture. Les plateformes sont souvent très populaires et constituent de véritables vitrines contribuant à l'accès et au partage de l'information culturelle.

En Lettonie, une Carte culturelle numérique a été établie afin de fournir des informations sur la diversité des événements et ressources culturels dans la région et de collecter des statistiques culturelles. En Afrique du Sud, le projet « ArtSAnow », porté par le Conseil national des Arts d'Afrique du Sud (National Arts Council of South Africa – NAC), constitue l'un des projets les plus prometteurs que nous ayons identifiés de plateforme de partage d'information et d'échange de savoir-faire culturel. En Afrique de l'Ouest, un exemple qui a retenu notre attention est le projet « Cultures en ligne », une plateforme de diffusion de l'information culturelle ayant pour but de favoriser une meilleure visibilité de la diversité culturelle, de la pluralité et de l'effervescence artistique qui caractérisent les pays de l'espace francophone ouest-africain grâce à une interconnexion de plusieurs portails d'information culturelle au Bénin, au Niger et au Togo. Grâce à l'appui financier du Fonds francophone des inforoutes (FFI) de l'OIF, cette initiative permet aux associations culturelles impliquées dans la

mise en œuvre du projet (« Les éditions plurielles » du Bénin, « Fofo » du Niger et « Kadam kadam » du Togo) de collecter, de traiter et d'envoyer aux administrateurs de sites Internet de leur pays respectif des informations relatives à la diversité des expressions culturelles sur leur territoire et de favoriser ainsi la circulation de l'information culturelle. Le projet intègre un volet d'équipements informatiques pour faciliter l'accès aux cultures en ligne. Il est prévu qu'à travers un processus de réplicabilité, le projet s'étende à cinq autres pays francophones d'Afrique de l'Ouest (Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Guinée, Mali, et le Sénégal) afin de centraliser l'ensemble de l'information de cet espace sur un seul site Internet qui deviendrait un portail francophone multiculturel de référence de la région. En Espagne, on retrouve España es cultura, une plateforme sur laquelle l'information culturelle est divisée en trois catégories qui permettent d'apprécier la richesse et la diversité des expressions culturelles espagnoles : le style (14 styles artistiques allant de la préhistoire jusqu'à l'art contemporain) ; la thématique (architecture, musique, cinéma, monuments historiques, archives et bibliothèques, etc.) ; et, la localisation géographique.

ArtSAnow

Doté d'un financement de 99 318 US$ octroyé par le FIDC, ce projet offre aux opérateurs culturels et aux responsables politiques des informations en temps réel sur les industries créatives en Afrique du Sud. Concrètement, l'objectif est de renforcer les industries culturelles dans deux provinces sud-africaines (l'État-Libre et le Cap-Oriental) grâce à l'établissement d'une plateforme ouverte qui offre aux artistes et aux décideurs un accès à des réseaux, des données pertinentes et des possibilités de financement. L'originalité est que la technologie numérique, notamment les téléphones portables et leurs applications Internet, sans oublier les médias sociaux, sont les principaux instruments utilisés pour accroître l'accès à l'information et aux biens et services culturels et commerciaux, pour élargir le public et pour dialoguer avec lui. Le projet vise à autonomiser 250 artistes et opérateurs culturels et constitue une étape pilote en vue d'un projet futur de plus grande ampleur.

La « HALLYU » ou quand le dynamisme culturel sud-coréen surfe sur la vague du numérique

Considérée comme une vague culturelle, la « HALLYU » est un terme qui symbolise le mouvement de diffusion rapide et massive de la culture sud-coréenne du divertissement. Ayant fait son apparition dans les années 1990, ce phénomène est lié au succès et à l'exportation vers la Chine ou le Japon des séries télévisées sud-coréennes (encore connues sous le nom de k-drama ou « Korean drama » en anglais) ainsi que de la musique populaire coréenne (la «K-Pop»). Il s'est étendu par la suite aux secteurs de la mode, des jeux vidéo, du design et de l'industrie cosmétique avec des incidences positives sur le tourisme culturel dans le pays. Derrière cette orchestration, des puissants labels tels que SM Entertainment, JYP Entertainment ou YG Entertainment créent ou coproduisent des « produits culturels » en misant sur une stratégie marketing agressive et surtout en utilisant les réseaux sociaux et les nouvelles technologies pour faire une promotion virale (générer de l'audience et constituer une communauté internationale de fans) autour de leurs produits. La propagation rapide la déferlante culturelle sud-coréenne s'explique donc beaucoup par sa diffusion numérique.

Il faut rappeler que la Corée du Sud fait partie du peloton de têtes des pays les plus avancés en matière de nouvelles technologies et représente le pays le plus connecté au monde avec environ 80% de ses habitants utilisant un smartphone. Avec une très bonne qualité de bande passante et de bonnes capacités de téléchargement, la jeune génération sud-coréenne baigne dans une culture numérique et développe tout type d'habiletés numériques, à commencer par le partage de vidéos de leurs idoles et de contenus audiovisuels via des sites de Peer-to-Peer. Ceci a contribué à accroître la visibilité et à attirer l'attention sur l'industrie culturelle sud-coréenne avec des phénomènes de star-system du web. C'est notamment le cas du chanteur sud-coréen PSY qui a connu un succès planétaire avec le clip vidéo « Gangnam Style », qui a dépassé le milliard de vues sur YouTube et a permis à l'artiste d'engranger 8,1 millions de dollars en 2012 selon Associated Press.

Plateformes de diffusion de contenus culturels audiovisuels

Le paysage audiovisuel s'est diversifié et a beaucoup évolué au cours de ces dernières années compte tenu de l'arrivée sur le marché de nombreux opérateurs de communication électronique qui sont devenus de véritables médias de communication audiovisuelle, fournisseurs ou diffuseurs de contenus culturels. Il en va ainsi des plateformes d'échanges communautaires diffusant des contenus vidéo (tels YouTube, Dailymotion ou Netflix) et audio (Spotify ou Deezer) ou des boutiques en ligne d'applications mobiles (iTunes ou App Store). Ces plateformes de services audiovisuels numériques ont tendance à concentrer les flux de contenus et services diffusés, ce qui présente des risques potentiels d'uniformisation culturelle. On assiste, par ailleurs, à l'émergence de plateformes alternatives visant à promouvoir et à diffuser des contenus culturels locaux ou nationaux sur Internet.

Les PED, et particulièrement ceux du continent africain, n'échappent pas à cette mutation du secteur de l'audiovisuel qui s'est accentuée avec l'explosion des chaînes TV dans des pays comme l'Ouganda ou le Nigéria, qui ont vu apparaître plus d'une vingtaine de chaînes TV locales. Bien que le satellite et le réseau hertzien restent les principaux canaux de la diffusion audiovisuelle en Afrique, face à la concurrence des DVD, dont beaucoup proviennent de Nollywood au Nigéria, le développement progressif de l'offre webTV avec la production et la diffusion d'émissions, de documentaires et de films africains en ligne pourrait sérieusement changer la donne en matière de consommation de contenus audiovisuels numériques. C'est cette tendance qui a été anticipée par le promoteur de l'initiative IROKO TV qui a su s'adapter aux attentes du public nigérian, tout en surfant sur le succès du phénomène « Nollywood ».

Souvent comparé au géant Netflix, IROKO TV propose un service d'abonnement en ligne aux nouveaux films nigérians et ghanéens pour un abonnement mensuel de 7,99 dollars. Ce qui semble faire son succès (un million de visiteurs par mois) est que cette initiative, tout en rendant l'industrie du film nigérian accessible à la diaspora africaine, permet une meilleure rétribution des producteurs par le distributeur en ligne des films, leur évitant ainsi de s'exposer à la piraterie de leurs œuvres sur un marché très fragmenté (300-500 producteurs). Pour surmonter l'obstacle des mauvaises connexions Internet, les films sont compressés avant d'être mis en ligne. On note aussi la création de « Iroking », une sorte de « Deezer africain », l'équivalent d'Iroko TV, mais pour le marché de la musique, qui compte 35 000 titres de musiques africaines en ligne.

Jason Njoku, son fondateur, explique que : « Avant, la distribution des films nigérians se faisait par DVD. Nous avons donc imaginé un autre moyen pour les producteurs de faire de l'argent : la distribution en ligne. Nollywood («N» pour Nigéria) est l'appellation générique pour désigner le cinéma nigérian, qui représente la deuxième plus grosse production cinématographique au monde, en quantité, derrière Bollywood (Inde) et Hollywood. 50 films par semaine sont produits au Nigéria. Le coût de ces films oscille entre 25 000$ (environ 18 000€) et 70 000$ (environ 55 000€). On ne peut pas acheter tous les films produits par Nollywood, mais on peut essayer de chercher les meilleurs, et voir si nos clients vont les apprécier ».

Dans le domaine de la musique, on peut mentionner la société Kheweul, premier registraire africain basé au Sénégal qui fournit des services d'achat, de gestion et de renouvellement de noms de domaine qui a lancé en 2008 l'initiative « My music online » avec le slogan « À chaque musicien, un site web ». Réunissant pendant 48 heures, 200 développeurs web designers et 200 musiciens, le but était de doter ces derniers d'un site web. Mouhamet Diop, responsable de la société, résumait la philosophie du projet par cette idée : « la première étape de la promotion, c'est la visibilité ». En 2012, la société Kheweul a initié le programme «Africa content initiative» en partenariat avec l'ICANN afin de rendre également plus visibles les contenus africains sur Internet qui ne représentent que 1% des contenus sur la toile. L'objectif est de créer 50 millions de domaines Internet en Afrique au niveau national (Sénégal) et au niveau régional, avec une extension dans sept pays (Sénégal, Côte d'Ivoire, Bénin, Togo, Guinée Conakry, Nigéria, Ghana).

Ailleurs dans le monde, certaines initiatives sont centrées sur l'utilisateur. On peut évoquer la plateforme Last.fm, un service de recommandations musicales visant à aider les utilisateurs à découvrir de la musique. Le service est basé sur le « scrobble » qui consiste en un signal envoyé à Last.fm qui identifie le morceau de musique que l'utilisateur est en train d'écouter. Le signal aide Last.fm à définir les préférences des utilisateurs pour leur proposer de nouvelles musiques. Le service joue également le rôle de prescripteur en transmettant en tout temps les informations sur ce qui se passe en musique sur les scènes mondiales et locales. (Last.fm, 2014)

Toute aussi singulière, Musiquenomade.com utilise les technologies numériques pour offrir un service d'enregistrement professionnel et de tournage de vidéoclips aux musiciens des Premières Nations du Québec. Le studio ambulant se déplace dans les différentes communautés afin de soutenir la relève autochtone et de favoriser la diversité culturelle. (Musiquenomade.com, 2014)

Dans le secteur télévisuel, on note l'émergence des plateformes en vue de la diversification et de la promotion des contenus locaux. Un excellent exemple est la chaîne de télévision canadienne

Du questionnaire, ce qu'ils ont dit :

«Nous avons mis en ligne depuis 2010, le site www.benincultures.com parce qu'il résorbait la question de l'accès des acteurs à l'information culturelle. 5 ans plus tard, tout nous donne raison. L'engouement, l'utilité avérée et reconnue de l'outil ainsi que sa participation à la visibilité mondiale de la densité de l'activité culturelle impliquant le Bénin. En tant qu'éditeur, une de mes préoccupations est de savoir comment arriver à rendre les produits culturels disponibles et accessibles à une population intéressée, qui pour la plupart n'a pas les moyens de paiement adéquat et dont le pouvoir d'achat est faible ». Koffi Attédé, Directeur de « Bénincultures » et de la Maison d'Édition Éditions Plurielles. Coordinateur du projet « Cultures en ligne », Bénin

"In a global context, national cultural narratives are in direct competition with one another - the ability of a country's cultural stakeholders to generate strong narratives matters - and most countries are behind the curve. Some countries, like Japan, have a digital strategy to put themselves on the map culturally. Others, like Germany, are extremely well organized. First world countries have an advantage over emerging economies because more of the population has access to technology. Also: anybody can generate cultural content once they have access. Digital technology is democratizing who generates cultural content; it is no longer solely accessible to an elite". Akoulina Connell, Executive Director, The New Brunswick Arts Board, Canada.

Last.fm

Lancé en 2002 au Royaume-Uni, Last.fm est un service communautaire de découverte de musique fournissant des recommandations personnalisées en fonction du profil des utilisateurs. Grâce à ses plugins compatibles avec la plupart des lecteurs audio, l'application permet de « scrobbler », c'est-à-dire d'ajouter dans un profil utilisateur les morceaux écoutés. Le site permet la découverte de nouveaux titres et artistes ainsi que de s'informer sur le profil des artistes. La valeur ajoutée du service réside dans la possibilité de découvrir des artistes inédits, y compris pour la presse spécialisée, et ceci dans le monde entier, ainsi que dans le système de recommandation de concerts localisés et personnalisés. L'éditorialisation (bilan journalier des « titres, albums et artistes qui montent ») est aussi un atout important du service.

Du questionnaire, ce qu'ils ont dit :

"What brings individuals and society together is communication. Which is where the Internet is seen to be a major factor. It's a major factor in the transmission of cultural heritage." Sunday Ogbonna, Lecturer, Caleb University, Nigeria.

Télé-Québec qui propose une plateforme vidéo en ligne, La Fabrique culturelle (voir encadré, page suivante), qui vise à promouvoir la culture québécoise par la proposition d'une formule hybride entre magazine web, chaîne de diffusion vidéo et réseau social spécialisé en culture.

Dans le secteur du film, l'Office national du film du Canada, qui a créé plus de 13 000 productions depuis sa fondation en 1939, a adopté une stratégie de passage au numérique en 2008. Le développement du projet a coûté au total 1,3 million $CAD et 11 employés s'y sont consacrés à temps plein. Les coûts annuels d'exploitation de ONF.ca s'élèvent à 1,2 million $CAD. (PwC, 2012) Les résultats de cette stratégie ont dépassé les attentes. L'ONF offre aujourd'hui le visionnement gratuit de 2 800 documentaires, courts métrages, animations et fictions sur les sites Internet ONF.ca et NFB.ca. En 2012-2013, les visionnements en ligne par l'auditoire canadien se sont élevés à près de 5 millions. Les visionnements en ligne à l'étranger se sont chiffrés, quant à eux, à 5,7 millions. (ONF, 2014) Les pays de résidence des utilisateurs étrangers sont, en ordre de nombre de visionnements, États-Unis, France, Royaume-Uni, Allemagne, Turquie, Pays-Bas, Espagne, Australie, Italie. (PwC, 2012)

De nombreux pays soutiennent activement la numérisation des œuvres cinématographiques (Allemagne, Autriche, États-Unis, Pays-Bas, Royaume-Uni, Suède) et des chaînes de télévision (Nouvelle-Zélande). Plusieurs ont diffusé des films sur les réseaux sociaux (Royaume-Uni avec le Digital Innovation in Distribution) ou ils ont créé des clusters audiovisuels (Uruguay) ou des plateformes (Argentine avec le programme Polos pour la télévision numérique). L'initiative qui retient notre attention est celle menée aux Pays-Bas qui constitue un modèle de transition efficace en matière de numérisation de l'industrie cinématographique. Ce pays a réussi à coordonner la transition grâce à une alliance entre acteurs privés et publics, notamment l'Association des exploitants néerlandais, l'Association des distributeurs de films néerlandais et l'EYE Film Institute Netherlands. Le programme Cinema Digitaal BV lancé en 2011 a permis de numériser tout le catalogue cinématographique du pays à la fin 2012. (Merkel, 2014)

Une autre tendance qui tend à devenir courante est celle liée à la diffusion par voie numérique de spectacles visionnés à distance. À titre d'exemple, la diffusion en haute définition dans des salles de cinéma des spectacles d'opéra de la Metropolitan Opera de New York est extraordinaire et enrichissante. On note aussi le service d'écoute en ligne de l'Orchestre Philarmonique de Berlin qui diffuse depuis 2008 certains concerts dans les salles de cinéma de dix pays européens. Des pièces de théâtre du National Theatre britannique sont aussi diffusées dans les salles de cinéma du pays. À ce titre, la pièce War Horse a attiré 120 000 spectateurs en ligne alors que la capacité d'accueil du New London Theatre, où joue habituellement la pièce, n'est que de 1 024 sièges.

La diffusion de spectacles de grande qualité dans des communautés qui n'y avaient pas accès auparavant pose la question de l'impact de cette diffusion sur les scènes locales. Entre-t-elle en compétition avec les productions locales de moins grande envergure ou dynamise-t-elle plutôt la fréquentation aux présentations culturelles locales? Une étude canadienne estime que la présentation des opéras du *Metropolitan Opera* ne réduit pas la fréquentation totale aux spectacles locaux, mais qu'elle ne semble pas non plus la stimuler. (Van Eeden, 2009)

La Fabrique culturelle

Télé-Québec, chaîne de télévision publique du Québec à vocation culturelle, éducative et régionale, a lancé en mars 2014 La Fabrique culturelle, une plateforme numérique qui fait la promotion de la culture québécoise dans plusieurs disciplines artistiques : musique, théâtre, cinéma, littérature, musées, arts visuels, danse et design. Les internautes sont invités à visionner des capsules prenant la forme de reportages, performances, entrevues, courts-métrages, vidéos d'archives, etc. De petites équipes dispersées dans 10 bureaux régionaux du Québec ont notamment pour tâches de forger des partenariats avec les acteurs culturels de la région ainsi que de produire plusieurs des capsules mises en ligne. Coordonnée par ces équipes, la plateforme compte plus de 3 000 contenus vidéo en seulement 10 mois d'existence. Plus de 50 partenaires y déposent à présent des contenus culturels accessibles gratuitement au public. Plusieurs ententes touchant les droits d'auteur ont été négociées par l'équipe de Télé-Québec avec les différentes associations d'artistes et autres acteurs des industries culturelles.

Selon Hélène Drainville, Directrice générale, Régions et partenariats à Télé-Québec, responsable de La Fabrique culturelle, « Le numérique bouleverse tous les domaines culturels, et les télédiffuseurs doivent faire preuve d'innovation et de créativité pour survivre dans un environnement de plus en plus dominé par les nouvelles technologies de l'information et des communications, et en particulier, l'Internet. Nous avons voulu développer un modèle d'affaires novateur pour diffuser les contenus culturels québécois de manière différente. La présence de nos équipes régionales sur le terrain permet de nous ancrer dans ce vaste territoire. Le format numérique facilite quant à lui l'accessibilité à nos contenus. Cette fenêtre de diffusion unique contribue à développer un sentiment d'appartenance pour les Québécoises et Québécois en plus de témoigner de la vitalité culturelle du Québec, au-delà même de nos frontières ».

Système d'information culturelle de l'Argentine (SInCA)

Le SInCA propose trois moteurs de recherche permettant un accès rapide, facile et de qualité à différents types d'informations culturelles dont les données de cartographie culturelle permettent de localiser, sur la carte du pays, l'ensemble des industries culturelles telles que les maisons d'édition de disques ou de livres, les chaînes de télévision ou de radio, les médias numériques, les endroits patrimoniaux, les « fêtes » ou « festivités » culturelles, les espaces culturels et les « routes » culturelles. Un autre moteur de recherche du SInCA permet d'accéder à toutes les statistiques disponibles sur le domaine de la culture en Argentine.

Librairie du futur en France

S'inspirant du modèle d'Amazon, le projet de Librairie du futur a pour objectif de relier 450 éditeurs et 4000 libraires français afin de permettre un réapprovisionnement en 24 heures, la mutualisation des stocks, une évolution des libraires vers un métier de prescripteurs de support et de livre numériques, et l'expérimentation de solutions print-lab d'impression des livres in situ.

Bibliothèques, collections et musées virtuels

Nous incluons dans cette catégorie les bibliothèques et collections qui diffusent leurs documents ou archives au public via Internet ou sur support numérique. La plupart des pays étudiés, sinon tous, possèdent une version numérique de leur bibliothèque nationale. Ces bibliothèques numériques nationales offrent un accès libre et gratuit à des documents numérisés (transposés au format numérique) ou numériques (créés en format numérique). Ces documents incluent, entre autres, des livres, des archives audiovisuelles, des archives sonores, des photographies, des partitions, des manuscrits et des cartes. Les objectifs de la plupart des bibliothèques nationales sont de faciliter la diffusion et l'accès au patrimoine culturel national, d'encourager la recherche, ainsi que de protéger et sauvegarder ce patrimoine en créant des collections numériques de documents historiques.

La bibliothèque numérique Europeana (www.europeana.eu), qui a ouvert en 2008, permet l'accès à un large catalogue gratuit de plus de 30 millions de ressources (livres, manuscrits, photos, peintures, archives de la télévision, films, sculptures, artisanats et enregistrements. Elle encourage la numérisation des catalogues et métadonnées des institutions nationales de l'UE tout en faisant la promotion de la formation des équipes de travail. C'est un vaste chantier de coopération qui implique la collaboration de plusieurs acteurs.

En Colombie, la bibliothèque numérique propose un service original de cartographie des pratiques musicales en Colombie. Issu du Plan national de musique, cet outil permet d'identifier les axes territoriaux stratégiques de la musique colombienne, les festivals musicaux, les expressions sonores et musicales des communautés indigènes et les groupes de musique présents dans le pays. Il permet d'accéder et de participer à une plateforme de recherche et de documentation musicale. Il favorise la diffusion du riche patrimoine musical colombien tout en permettant de mieux orienter les politiques culturelles dans le domaine de la musique.

Outre les bibliothèques nationales, on retrouve en ligne des bibliothèques ou des collections spécialisées dans un secteur d'activité culturelle spécifique (audiovisuel, musique et livres principalement) ainsi que des musées qui offrent des visites virtuelles de leurs collections. Ces bibliothèques ou musées virtuels facilitent l'accès aux productions culturelles nationales (et étrangères dans certains cas) et protègent, sauvegardent et promeuvent le patrimoine culturel national. C'est le cas du Recueil discographique de cuecas chiliennes (Cancionero discográfico de cuecas chilenas), un centre de documentation en ligne de cuecas (musique traditionnelle chilienne).

En Afrique, Nouvelles Editions Numériques Africaines, pionnier de l'édition numérique africain basé au Sénégal, s'est lancé dans une aventure de préservation et de diffusion en ligne de la littérature africaine en mettant en place la Librairie Numérique Africaine. Cette librairie en ligne propose, depuis 2008, des ouvrages africains et permet de trouver, acheter, télécharger ou commander, des recueils et des livres numériques venant d'auteurs et d'éditeurs africains, qui pourront être lus sur ordinateur, tablette tactile, téléphone intelligent, et liseuse à encre numérique dont NENA.

L'oralité dans la culture africaine étant un élément très important, une initiative originale et exemplaire de préservation et de valorisation du patrimoine oral francophone nous permet de voir comment le numérique est une opportunité pour l'Afrique. Le projet « Conte-moi la Francophonie », porté par l'Association Deci-dela et Tralalere (producteurs de contenus numériques éducatifs) avec le soutien du Fonds francophone des Inforoutes, met en avant les contes comme un vecteur privilégié d'apprentissage offrant, grâce aux outils numériques, des moyens d'appréhender de manière ludique les éléments fondateurs des cultures. Pour permettre une exploitation de chaque conte, des outils et supports pédagogiques existent (fiches pédagogiques, des fiches atelier, des livres-DVD, des films d'animation, des applications iPhone, iPad, etc.).

Outre ces exemples, notons que les technologies numériques sont de plus en plus utilisées pour valoriser le patrimoine et favoriser des interactions entre les internautes et les institutions, notamment sur des lieux de spectacles vivants et surtout dans des musées. En effet, l'utilisation du web par les musées et les sites patrimoniaux permettent de faciliter l'accès aux œuvres pour les visiteurs à travers un premier contact avec le patrimoine artistique. Ainsi, depuis une dizaine d'années, les plus grands musées ont commencé à expérimenter et à mettre en œuvre des stratégies numériques fondées sur la continuité des flux d'information entre les lieux de vie et les lieux de consommation ou d'accès au patrimoine culturel. Il s'agit d'une tendance lourde qui s'appuie sur le déploiement des applications sur téléphones mobiles et sur l'utilisation des plateformes de médias sociaux. Par ailleurs, le système d'information fondé sur l'utilisation de la voix prolifère également dans les lieux culturels et le guide audio est lui aussi devenu une référence en matière d'aide à la visite des musées.

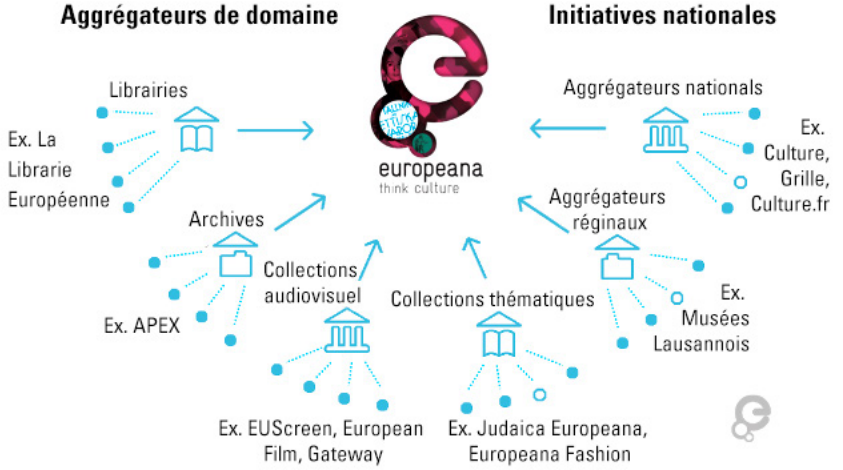
Du questionnaire, ce qu'ils ont dit :

« Les technologies numériques permettent à ceux qui les maîtrisent d'accéder plus rapidement et plus facilement à des contenus culturels et de diffuser leurs productions. Les professionnels du secteur des bibliothèques restent peu formés et aptes à former et sensibiliser aux différents usages. Suivre une formation en ligne permet moins d'échanges interprofessionnels que la suivre en présentiel. Si le lien social et les partages culturels sont possibles grâce à Internet, les mécanismes de prescription/ recommandation de produits culturels font parfois obstacle à des découvertes plus fortuites. » Conservateur territorial de bibliothèques, France.

Des exemples :

- Depuis mars 2010, le Musée du Louvre diffuse gratuitement pour les plateformes mobiles d'Apple une application de découverte de ses œuvres les plus populaires.
- Au Brooklyn Museum, il s'est constitué une communauté de partage avec des visiteurs ou usagers pouvant échanger et partager leurs avis, leur créativité et leurs connaissances sur les endroits ou œuvres visités.
- La mise en ligne de collections (Rijksmuseum d'Amsterdam, National Gallery de Washington, Getty Research Institute de Los Angeles).
- La mise en ligne de 400 000 images haute définition des chefs-d'œuvre du Metropolitan Museum of Art de New York.
- La visionneuse 3D de la Smithsonian Institution qui permet de manipuler environ 14 millions d'œuvres numérisées et imprimables à la maison par les utilisateurs.
- La production numérique de l'exposition virtuelle Pompéi par le British Museum.
- L'hébergement en ligne, par l'Institut culturel de Google, des collections d'œuvres d'art, de monuments, des expositions numériques d'une centaine de musées, d'institutions culturelles et d'archives.
- Le Google Art Project.
- Les événements de type « hackathon » où des designers, des technologues, des graphistes se mêlent à des artistes activistes et à des professionnels pour redéfinir une perspective numérique, la prototyper et l'implanter.
- L'opération Museomix associe 9 musées français dans des activités de co-création où des passionnés conçoivent et réalisent, le temps d'un week-end, des dispositifs numériques qui donnent une vraie valeur ajoutée à la visite d'un musée.

Qui soumet des données à Europeana?



Google Art Project

Ce projet met en ligne plus de 40 000 images haute résolution d'œuvres d'art de musées situés dans plus de 40 pays. Le projet propose également l'utilisation de Google Street View pour explorer l'intérieur de monuments tels que le château de Versailles et la Maison-Blanche. Le Projet World Wonders utilise lui aussi Google Street View, la modélisation 3D et d'autres technologies pour permettre la visite virtuelle de sites du patrimoine mondial tels que Stonehenge, Pompéi et la Grande barrière de corail. Ce projet est réalisé en partenariat avec l'UNESCO, le World Monuments Fund et Getty Images. (Google 2014)

Éducation, sensibilisation du public et renforcement des capacités des acteurs culturels

L'éducation et la sensibilisation du public constituent des aspects très importants de la mise en œuvre de la CDEC de 2005 de l'UNESCO. Et le numérique offre un terrain très fertile et propice au partage des informations et des savoirs permettant l'émergence d'un écosystème riche en collaborations. En Mongolie, le Conseil pour les arts a mis en œuvre un programme télévisé appelé « ARTS NETWORK ». Cette importante activité de plaidoyer avait pour but de promouvoir la diversité des expressions culturelles en vue de rendre les arts et les institutions culturelles plus visibles au grand public, d'aider ce dernier à comprendre l'importance des arts et de la culture, de même que leur potentiel pour le développement des individus et de la société en fournissant des informations sur la diversité des expressions culturelles à l'échelle internationale. L'ambassade de la Norvège a appuyé cette initiative en 2010 permettant ainsi au Conseil pour les arts de Mongolie de présenter les expressions culturelles de la Norvège et de la Suède aux téléspectateurs mongols et de diffuser en Norvège et en Suède la diversité des arts et de la culture mongole à travers des reportages et documentaires. Cette initiative montre comment le service public de radiodiffusion peut être utilisé dans un PED en tant qu'instrument d'information et de sensibilisation du public à l'égard de la diversité culturelle.

Le même type d'initiatives a été mis en œuvre en Uruguay par les centres du ministère de l'Éducation et de la Culture. Mis en place à partir de 2007 dans le but de faciliter l'accès des citoyens aux biens et services éducatifs et culturels ainsi qu'à l'innovation scientifique et technologique, tout en favorisant l'intégration sociale et la participation citoyenne, ces centres mènent des activités de sensibilisation, de diffusion, de développement et de promotion de la culture numérique. Avec un réseau constitué de près de 100 espaces de formation, ces centres ont proposé des ateliers gratuits d'initiation aux outils numériques à des milliers de citoyens uruguayens. Entre juin 2013 et juillet 2014, toujours avec le soutien du FIDC, une expérimentation du genre a été menée avec un succès tout aussi retentissant. Intitulé « Communication sociale et interculturelle à travers la création audiovisuelle », le projet, porté par l'ONG IRIPAZ (Instituto de Relaciones Internacionales e Investigaciones para la Paz), visait à former plus de 60 jeunes autochtones à devenir des entrepreneurs culturels dans le secteur audiovisuel créatif par le biais des technologies numériques.

Du questionnaire, ce qu'ils ont dit :

« Les technologies numériques sont un outil essentiel dans la gestion et surtout la valorisation des ressources culturelles et patrimoniales dans les pays en voie de développement surtout ceux marqués par la civilisation de l'oralité. Le numérique en plus des facilités apportées pour conserver et sauvegarder les éléments matériels et immatériels des expressions culturelles, constitue un enjeu exceptionnel de large diffusion dans un monde globalisé. La constitution des bases de données numériques contribuera à l'essor rapide des industries culturelles et créatives dans les pays les moins avancés qui regorgent de ressources culturelles et artistiques souvent très mal connues et appréciées ». Cissé Lassana, Directeur national du Patrimoine culturel, Mali.

"La tecnología permite la comunicación y difusión de contenidos culturales de una manera más personalizada y customizable de acuerdo al cambiante contexto de los individuos. Por ello, las capacidades se multiplican de manera exponencial, pero su uso óptimo debe ir acompañado de una óptima profesionalización del sector con respecto a las tecnologías." Gil Fuentetaja, España.

"The challenge is one of promotion and visibility of national cultural expressions that are not accessible and well referenced on the digital outlets most commonly used by consumers. Cultural actors are often mostly concerned by the expression of their creative talent, less so by its consumption which they either neglect or leave in the hands of distributors. Understanding the new digital platforms, spending time and effort using them well and adjusting to achieve effective and lasting results is quite an investment." Charles Vallerand, Executive Director, Coalition for Cultural Diversity, Canada.

Du questionnaire, ce qu'ils ont dit :

"… we need support in schools through media and information education in this new media environment, if we want to include all stakeholders who are aware of this need for cultural expression and democratic participation of all."

« Pour créer et produire des biens et services culturels de qualité et qui soient d'une manière ou d'une autre compétitifs sur le marché planétaire, il est tout à fait normal que les différents acteurs puissent s'armer d'outils nécessaires pour le faire. Et seuls la bonne formation et le partage d'expériences peuvent aider à y parvenir. D'où la grande nécessité du numérique pour former et renforcer les compétences des uns et des autres. » Guy Feukwu Noulé, Bureau d'ingénierie culturelle Abbia'art, Cameroun.

« Les technologies numériques représentent une énorme opportunité en ce sens qu'elles contribuent de manière significative à la création/production, et surtout à l'éducation/sensibilisation et à la formation/renforcement des capacités. » Annie Josée NGO NJOCK NJOCK, Secrétaire permanent, Coalition camerounaise pour la diversité culturelle – CCDC, Cameroun.

Sur le plan du renforcement des capacités des acteurs, nous pouvons citer l'exemple du projet « Publications en ligne par des auteurs d'origine autochtone : entrepreneuriat culturel, créateurs autochtones et culture numérique au Brésil ». Porté par l'ONG Thydêwá, ce projet vise à donner des moyens d'action aux créateurs autochtones du Brésil en assurant la promotion de leur participation dans le secteur de l'édition numérique. Le principal résultat attendu de ce projet est le renforcement de capacités en matière d'édition numérique de 16 individus issus de huit communautés autochtones. Les activités prévues concernent l'organisation d'ateliers consacrés aux techniques narratives, à l'illustration, à la conception graphique ainsi qu'à la programmation d'applications web devant permettre aux participants de produire et distribuer un livre numérique. Le projet est censé déboucher sur la mise sur pied d'une société de production et de distribution de livres numériques. Ciblant des communautés défavorisées, il permet de les aider à s'approprier des technologies numériques et à devenir des producteurs de biens et services culturels exportables.

En tant que chef de file en matière d'appui à l'élaboration de politiques culturelles sur le continent africain, le réseau Arterial Network mène aussi des activités de renforcement des capacités. Le projet dénommé « Sensibilisation et échange d'informations : promotion du secteur de la créativité en Afrique du Sud » vise (avec un budget de 73 514,93 $US) à donner davantage de moyens d'action à la communauté des créateurs en Afrique du Sud en renforçant leurs capacités et en leur donnant accès à des informations essentielles sur les possibilités de financement. Censé être réalisé entre juin 2014 et décembre 2015, le projet prévoit de renforcer les capacités de 20 membres d'organisations de la société civile, de constituer une base de données en ligne contenant des renseignements pertinents au sujet des organisations culturelles et de sensibiliser la communauté des créateurs sud-africains à la CDEC et aux politiques culturelles nationales. Des ateliers spécifiques sur la sensibilisation aux politiques culturelles et à la commercialisation des arts viendront enrichir le processus de renforcement des capacités.

On peut aussi souligner l'initiative de la Slovénie visant à renforcer les capacités des artistes afghans à travers la formation, l'assistance technique et la consolidation des capacités techniques et institutionnelles à la Faculté des Beaux-arts de l'Université de Herat. En 2010, les projets comprenaient la numérisation de la bibliothèque de l'Université de Herat, des ateliers d'art et l'exposition des œuvres des réfugiés afghans. En 2011, la Slovénie a continué à soutenir le développement des arts graphiques, avec un projet équipant la Faculté des Beaux-arts avec du matériel graphique qui a permis à ses professeurs et étudiants d'approfondir leurs connaissances des techniques graphiques.

Mise en réseau des acteurs

Les plateformes de mise en réseau des acteurs jouent un rôle crucial dans le partage et la diffusion d'information, mais aussi dans la capitalisation et l'échange de bonnes pratiques entre acteurs. Il en existe plusieurs et celles qui ont retenu notre attention possèdent la particularité de fédérer des communautés de pratiques au-delà de la simple mise en relation entre acteurs.

Le premier exemple qui nous parait novateur est celui de la plateforme Sudplanète (www.spla.pro). Financé à hauteur de 500 000 euros sur une période de 36 mois, le projet Sudplanète a été créé en 2006 pour répondre aux besoins spécifiques des artistes, opérateurs culturels et institutionnels des pays ACP. L'action prévoit la création de 21 sites Internet dédiés aux opérateurs culturels nationaux et reliés à l'interface internationale commune. À la fois base de données et réseau professionnel, il leur offre une vitrine dont l'ampleur est sans précédent (30 000 artistes et professionnels, 8 000 structures culturelles et plus de 25 000 événements culturels sont inscrits à ce jour) et dont le maniement est facile (la gestion des fiches personnelles est simple, la recherche multicritère par pays et par discipline, permet de trouver rapidement les informations demandées). À terme, le portail Sudplanète entend devenir la base de données référente sur les artistes des États ACP. Ces sites offrent aux professionnels des outils de communication, d'information et de mise en réseau. Le portail est porté par Africultures (www.africultures.com), qui a une quinzaine d'expériences dans le domaine des arts et cultures contemporaines d'Afrique, mais la plateforme s'est développée en partenariat avec les réseaux culturels locaux, notamment Gens de la Caraïbe et Arterial Network, le plus important réseau dans le secteur culturel en Afrique.

En Afrique de l'Ouest, l'ONG sénégalaise Kër Thiossane, fondée il y a plus d'une dizaine d'années à Dakar, est devenue une plaque tournante pour la créativité numérique. Elle a formé environ 100 artistes africains pour intégrer le multimédia dans toutes les formes d'art. En plus d'acquérir des compétences indispensables, les participants à l'atelier ont découvert les nouvelles possibilités d'expression et de communication numérique. La plateforme en ligne, Ci*Diguente (expression wolof signifiant « au milieu des choses », « dans un entre-deux ») permet aux artistes émergents africains et caribéens de se mettre en réseau et de présenter leur travail.

Arterial Network - un modèle de politique culturelle pour l'Afrique

Arterial Network est un réseau continental d'artistes, d'activistes culturels, d'ONG dans le secteur des arts, d'entreprises culturelles et d'autres acteurs engagés à développer la musique, la danse, le théâtre, la littérature, l'artisanat, le design, les arts visuels et le cinéma africains. L'Afrique représente moins de 1 % du commerce mondial des biens et services créatifs et Arterial Networks a voulu élaborer un cadre de travail en matière de politique culturelle pour les pays africains. Ce groupe a élaboré un modèle de politique culturelle pour aider les artistes, les professionnels et acteurs culturels en Afrique à développer des cadres politiques bien documentés, bien analysés et largement débattus, pertinents et significatifs pour leurs États. On fait appel à des actions visant à améliorer le statut des artistes et à s'assurer de l'utilisation des technologies de l'information et de l'informatique pour intensifier la production et la distribution de biens culturels africains sur le marché mondial, dans une double perspective de développement culturel et de diversité des expressions culturelles.

Source : Arterial Network, 2010, Adapter la roue : Des politiques culturelles pour l'Afrique, Compilé par Delecia Forbes, Le Cap, Edition Idasa, 139 p. [En ligne] http://www.racines.ma/sites/default/files/Adapter%20la%20Roue%2C%20Des%20Politiques%20Culturelles%20pour%20l%27Afrique.pdf

Du questionnaire, ce qu'ils ont dit :

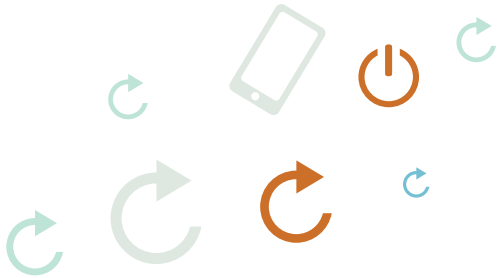
"Most elders who hold this wealth of traditional cultural expressions are technology immigrants, and government and the society in most developing world are new to this technology. Hence, this has posed a lot of inconveniences especially to the young people to adopt and be motivated with the cultural goods, productions and access. There is a need of integrating arts education and cultural expression in the digital technology so as to speak the language of young people (digital age)." Charles Ruyembe, Queensland University of Technology (QUT), Australia.

« Dans certains recoins de l'Afrique, ce serait du luxe que de parler du numérique. Cependant c'est une nouvelle valeur ajoutée qu'il faudrait penser à "dompter" pour le renforcement et la professionnalisation des acteurs culturels (artistes, peintres, cinéastes...) ». Mohamedou Elimane Kane, Commission Nationale Mauritanienne pour l'UNESCO.

« Aujourd'hui, il est incontestable que le numérique joue un rôle important dans la création, la consommation, la formation et le renforcement des capacités même si par ailleurs, le numérique favorise la piraterie et donc nuit à la création et aux créateurs ». Rabo Mato, Conseiller Technique, ministère de la Culture, Niger.

Au niveau européen, le réseau Labforculture (www.labforculture.org) est la plateforme de réseaux culturels et artistiques européens. Le site offre des informations, des analyses, des études en lien avec la coopération culturelle, y compris les possibilités de financement de projets collaboratifs. La plateforme fédère les professionnels de la culture dans 50 pays européens. En outre, nous pouvons citer la plateforme « Coopera cultura : Ressources en réseau pour une meilleure conception des projets de coopération culturelle en Amérique latine », initiative du Programme de Gestion Culturelle de l'Université de Barcelone en collaboration avec Proculturas (Argentine) et Tandem (Pérou). Elle offre aux professionnels ibérico américains de la culture divers outils pour obtenir de l'information sur la coopération culturelle internationale afin d'améliorer la qualité et l'impact des projets de coopération, à partager des expériences et à créer des synergies au niveau ibérico américain.

Le projet Remix The Commons ou Remix Biens Communs (www.remixthecommons.org/) constitue un exemple reconnu de bonne pratique en matière de mise en réseau d'acteurs avec une valeur ajoutée de cocréation d'œuvres multimédia collaboratives et évolutives. Espace interculturel de partage de ressources multimédia sur les biens communs, cette initiative portée principalement par l'Association Communautique (Montréal) et VECAM (Paris) permet de documenter et d'illustrer les idées et pratiques entourant la question des biens communs tout en l'explicitant directement par le processus de création. Le projet consiste concrètement à collecter, réaliser et mettre en partage des objets numériques, vidéos essentiellement, qui traitent des biens communs et permettent leur réutilisation à la manière de *sampling* pour en produire de nouveaux.



Les villes, acteurs clé du développement culturel numérique à l'échelle locale : Le cas du pôle numérique culturel de la ville de Lens

Créé en 2013, le Pôle Numérique Culturel de la ville de Lens vient de lancer un appel à projet national qui s'adresse aux créateurs d'entreprises et aux start-ups du numérique culturels ayant un projet d'implantation à Lens. L'appel à projets vise à attirer les entreprises innovantes dans les usages du numérique et pouvant fournir des services numériques qui permettront aux citoyens de s'approprier la culture grâce aux nouvelles technologies. Les dotations pouvent aller jusqu'à 50 000 euros grâce à l'État et à la Communauté d'agglomération Lens-Liévin. Bruno Cavaco, conseiller municipal et président du Pôle Numérique Culturel de la ville de Lens, dit:

> « Notre point fort consiste à focaliser nos efforts sur l'innovation d'usage et de services et à croiser des secteurs qui, il y a encore peu, se regardaient avec méfiance : le secteur culturel et les nouvelles technologies […] Je suis optimiste, car nous avons déjà eu 16 demandes de dossiers alors que l'appel à projets n'était pas encore officiellement lancé. En matière d'emploi même si c'est toujours délicat de donner des chiffres dans ce domaine, nous pouvons espérer et nous donner l'objectif de créer d'ici 5 ans un millier d'emplois autour du Pôle Numérique Culturel. Ce qui est certain, c'est que nous sommes dans un domaine créateurs d'emplois et surtout de métiers d'avenir pour notre jeunesse. »

Cette initiative montre le rôle clé que peuvent jouer les villes et les municipalités en prenant des mesures incitatives contribuant à l'attractivité du territoire et au développement économique et culturel à l'échelle locale.

Source : http://www.club-innovation-culture.fr/bruno-cavaco-pole-numerique-culturel-nous-pouvons-nous-donner-lobjectif-de-creer-dici-5-ans-un-millier-demplois/

Responsabilité sociale des entreprises

Dans un contexte de restructuration des industries culturelles qui favorise la transnationalité et la collaboration entre les acteurs de la société civile et ceux du secteur privé, il va sans dire que les politiques et les stratégies de promotion et de protection de la diversité des expressions culturelles doivent doivent s'inscrire dans une démarche multiacteurs. Des collaborations émergent comme nous l'avons déjà souligné. Une tendance nouvelle, celle de l'intégration des objectifs de la diversité des expressions culturelles dans les codes de conduite des entreprises, doit être prise en considération et pourrait être encouragée par des mesures et des politiques aux niveaux national et international. À plus long terme, on peut imaginer des mesures étatiques qui viendraient encadrer politiquement la responsabilité sociale des entreprises (RSE).

Le cas de Vivendi est innovant et mérite l'attention. Il s'agit de la seule entreprise de médias de masse et de télécommunications à reprendre une définition de la diversité des expressions culturelles similaire à celle de l'UNESCO dans sa politique de RSE. Le groupe reconnaît le potentiel de la diversité culturelle comme facteur de développement économique et de cohésion sociale. Il se démarque par l'intégration, dès 2003, de la diversité culturelle dans sa politique de responsabilité sociale. La promotion de la diversité culturelle constitue un des trois objectifs entrant en ligne de compte dans la rémunération des dirigeants. Comme exemple de comportement encouragé, on cite « le préachat par Canal+ d'un certain nombre de films européens à petit budget ou de premiers films européens, la volonté de la chaîne de promouvoir la représentation des femmes à l'antenne, l'action de GVT visant à valoriser les artistes locaux par la diffusion de leur musique ou encore l'accompagnement des talents locaux par Universal Music Group (France) dans les pays émergents ». (www.vivendi.com)La proposition fut bien accueillie. Du côté des investisseurs, ils reconnaissant que la promotion de la diversité culturelle crée de la valeur sociétale et financière en prévenant certains risques et en favorisant des opportunités de marché.

Par le biais d'une batterie de mesures, l'entreprise encourage la création de contenus (avec une attention particulière dirigée vers les jeunes), la formation de professionnels en Afrique, ou encore l'organisation de festivals dédiés au cinéma en France et en Afrique. Le lancement du site web « Culture(s) with Vivendi » consacre une plateforme numérique avec laquelle l'entreprise entend faire la promotion de la diversité des expressions culturelles. Par exemple, la rubrique « Inspiration d'artistes » du site offre un répertoire de musique et de films diversifiés à plusieurs niveaux. Une seconde rubrique interpelle l'internaute sur l'importance du dialogue interculturel, le tout en diapason avec plus d'un objectif édicté au chapitre premier de la CDEC. Même si les artistes mis de l'avant par cette plateforme demeurent associés au groupe multimédia, ce qui suggère qu'elle met de l'avant son propre répertoire dans ses efforts de promotion de la diversité des expressions culturelles, l'approche de Vivendi reste inspirante puisqu'elle témoigne d'une importance accordée aux contenus qu'elle diffuse dans toute la francophonie.

Cet exemple nous suggère que les États devraient penser à engager les entreprises à respecter l'esprit et la lettre de la CDEC, en particulier celles du secteur du numérique, par le biai d'instruments législatifs, fiscaux ou encore par la mise en place d'une démarche de certification ou de labellisation. Nous avons constaté que la grande majorité des entreprises, dans leurs rapports RSE ou de développement durable (Sustainability Report), approche la diversité culturelle du point de vue de la représentation des minorités au sein de leurs employés ou chez les acteurs qui se retrouvent dans les films et les séries télévisées qu'elles développent. La conception qu'ont ces entreprises de la diversité culturelle ne concerne donc pas directement la diversité des contenus qu'elles offrent. Disney se démarque en abordant plus directement la diversité des expressions culturelles, sans toutefois faire mention de la CDEC. Le cas de Vivendi nous semble le seul à reprendre une définition de la diversité des expressions culturelles similaires à celle de l'UNESCO et qui place cette dernière au centre de sa stratégie d'affaires et de relations publiques. Les Parties à la CDEC devraient contribuer de manière proactive à promouvoir les objectifs de la Convention auprès des entreprises et d'en faire un pilier des stratégies de Responsabilité sociale des entreprises et du développement durable.

Tableau - Quelques exemples de code de conduite des entreprises en matière de développement durable, d'intégration de la diversité des expressions culturelles ou de la diversité culturelle

Entreprises	Mentions
Bell (2013)	Mentionne la diversité, accent sur la diversité des genres et des origines au sein de ses employés. Pas de mention de la diversité des expressions culturelles ou de la diversité culturelle.
Telus (2013)	Implication dans le développement des infrastructures canadiennes des TIC. Pas de mention de la diversité des expressions culturelles ou de la diversité culturelle.
Orange (2013)	Intention de lutter contre le fossé technologique nord-sud.
AT&T	Engagement au niveau de l'accessibilité des technologies, en milieu rural. Pas de mention de la diversité des expressions culturelles ou de la diversité culturelle.
Verizon	Intègre le haut débit, mais pas la culture.
Comcast (2013)	Pas de mention de la diversité des expressions culturelles ou de la diversité culturelle.
BBC (2013) / UK, Irlande	Mentionne la diversité, accent sur la diversité des genres et des origines des employés et dans la représentation de tous les types d'auditeurs dans les programmes diffusés. Pas de mention de la diversité des expressions culturelles ou de la diversité culturelle.
Sprint (2012) / US, Canada	Pas de mention de la diversité des expressions culturelles ou de la diversité culturelle.
Vodafone (2012-2013) / UK, Europe, Turquie, Australie, Inde, etc.	Pas de mention de la diversité des expressions culturelles ou de la diversité culturelle.
China Mobile (2013) / Chine	Partenariat avec le ministère de l'Éducation pour des formations aux nouvelles technologies. Pas de mention de la diversité des expressions culturelles ou de la diversité culturelle.
Movistar/telefonica (2013) / Espagne, A. Latine	Pas de mention de la diversité des expressions culturelles ou de la diversité culturelle.
Disney (2013)	« il est essentiel pour la société de représenter différentes cultures dans son divertissement, mais également de s'assurer que le personnel de direction et les employés reflètent les communautés qu'elle dessert dans le monde entier ». p.16 « en juillet 2013, Disney présente le festival Summer Stage Kids, un événement destiné à faire connaître le monde des arts et de la culture internationale aux jeunes new-yorkais grâce à un large éventail d'activités divertissantes et interactives diversifiées ». p.13 « Disney s'engage à faire appel à un large public et à refléter la diversité culturelle de son public et du monde. En effet, nous sommes persuadés que la diversité du contenu est essentielle à notre croissance et à notre viabilité, et qu'elle nous permet de toucher un public plus large de spectateurs grâce à une pertinence culturelle plus diversifiée ». p.57 « Tous les magasins Disney Store d'Amérique du Nord organiseront des événements pour divertir et initier les enfants à différents milieux, cultures, comportements ou compétences afin de développer leurs connaissances du monde ». p.92
Telstra (2014) / Australie	Pas de mention de la diversité des expressions culturelles ou de la diversité culturelle.
CBS (2014) / US	Prise en compte de la diversité ethnique au niveau des employés de l'entreprise. Initiative en faveur des professionnels de la culture issus des communautés autochtones. Rencontre/discussion avec la communauté musulmane des États-Unis et Canada. Pas de mention de la diversité des expressions culturelles ou de la diversité culturelle.
Time Warner (2014) / US	Diversité culturelle au sein du personnel de l'entreprise.
Viacom (2013) / US	Pas de mention de la diversité des expressions culturelles ou de la diversité culturelle.

Conclusion VOULOIR : vers un idéal type de politique culturelle 2.0

Plusieurs États ont déjà entamé le processus d'adaptation de leurs politiques culturelles à l'ère du numérique, et ce au nord comme au sud. Les projets politiques recensés dans cette étude offrent par ailleurs des points de repère intéressants pour d'autres organismes voulant intégrer le numérique à leurs projets politiques et culturels. Or, malgré ces initiatives, force est de constater qu'il y a encore beaucoup à faire pour réussir le virage numérique dans le cadre de leur stratégie de développement économique, en général, et de leurs industries culturelles, en particulier.

Selon notre sondage, plus de la moitié des répondants (55%) estiment que les politiques culturelles en vigueur dans leur pays pourraient être mieux adaptées aux enjeux du numérique. Parmi les mesures identifiées par les répondants en ce qui concerne la « protection » de la diversité des expressions culturelles à l'ère du numérique, la garantie d'une juste rémunération des créateurs au titre de l'exploitation numérique de leurs œuvres et un meilleur partage de la valeur entre producteurs, éditeurs et distributeurs de services en ligne figurent au premier rang. Les participants ont également mentionné qu'un accès favorisé à des nouvelles plateformes de diffusion numérique permettrait une meilleure promotion de la diversité des expressions culturelles à l'ère du numérique. Les répondants ont identifié, par ordre d'importance, les mesures suivantes :

1. Mettre en place des politiques de rayonnement de l'offre culturelle nationale aussi bien sur le territoire national qu'à l'étranger ;
2. Adopter des mesures pour soutenir le développement des infrastructures et des plateformes numériques afin de favoriser l'accès aux biens et services culturels en ligne ; et
3. Renforcer les capacités des artistes et des professionnels de la culture en matière d'utilisation des outils/plateformes/supports numériques et favoriser l'échange de bonnes pratiques.

Le numérique est un enjeu important pour la CDEC, on constate une certaine divergence d'opinions quant au type d'enjeu le plus touché par les nouvelles technologies. Pour les répondants des pays développés, une majorité (62%) considère que la distribution/diffusion de contenus culturels est l'enjeu le plus important, tandis que pour les répondants des pays en développement, 78% considèrent que l'enjeu principal est la création/production de contenus culturels. Par ailleurs, 80% des répondants africains pointe l'enjeu relatif à l'accès et à la consommation comme étant le plus touché par le numérique dans le contexte de la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles.

Enfin, le sondage nous a permis de sonder l'opinion des acteurs du milieu culturel et du domaine des nouvelles technologies sur les pratiques numériques pouvant le plus influencer la diversité des expressions culturelles dans les années à venir. La publication et la consultation en ligne de contenus culturels et artistiques sont arrivées en première position, suivies par le téléchargement de musique/livres/films/logiciels.

Comment les bonnes pratiques recensées dans cette section peuvent-elles agir sur les politiques culturelles.

Tableau - Récapitulatif des bonnes pratiques culturelles à l'ère du numérique

Catégorie	États	Société civile ou entreprises	Remarques
Articulation politique culturelle et stratégies numériques	– France numérique 2012-2020 – Digital Agenda for Norway (Norvège) – Estrategia Digital Nacional (Mexique) – Stratégie culturelle numérique du Québec – Revitalisation du secteur du livre (Tunisie) – Política Cultura 2011-2016 (Chili) – Plan nationale TIC (Bénin)		Il s'agit d'adapter les politiques culturelles à l'ère du numérique ou d'intégrer la culture dans les stratégies nationales numériques. On reconnaît le potentiel de croissance économique lié à la marchandisation numérique de la musique. On met en place un agenda culturel numérique et des mesures qui visent à accompagner les entreprises culturelles dans leur virage numérique, à assurer le rayonnement de la culture sur les marchés à travers la création et la diffusion de contenus culturels numériques. On vise à doter les espaces culturels d'un équipement technologique et d'outils de formation qui permettront de documenter, de projeter et de présenter des contenus culturels numériques à travers l'ensemble du pays, à répertorier les acteurs des industries qui œuvrent dans le secteur numérique. Parfois, on tente de sensibiliser au respect des politiques de droits d'auteurs afin de mieux lutter contre le piratage. On évalue l'impact des politiques nationales en matière d'inclusion numérique sur l'utilisation et l'appropriation d'outils numériques pouvant favoriser l'accès à la culture et au savoir.
Plateformes de partage et de diffusion de contenus et d'information culturels	– La Fabrique culturelle, Télé-Québec (Canada) – Cinema Digitaal BV (Pays-Bas) – Programme de réseau de résidences (Portugal) – ONF.CA (Canada)	– HALLYU (Corée du Sud) – iRokoTv - le Netflix africain – Kheweul.com (Sénégal) – Last.fm (Royaume-Uni) – Musiquenomade.com (Canada)	Mis à part ces plateformes de partage et d'agrégation de contenus, plusieurs pays ont mis en œuvre des plateformes ou forums en ligne de consultation, de discussion et de communication en général (Allemagne, Autriche, Canada, Équateur, Espagne, Luxembourg, République dominicaine, Slovénie) ou bien des infolettres (République dominicaine). Il convient de noter la collaboration mise en place entre les Parties et différentes organisations de la société civile travaillant à la diffusion des arts numériques, en Autriche (Ars Electronica festival) et en Lettonie (le Centre for New Media Culture à Riga et le CultureLab).
Bibliothèque, collections et musées virtuels	– Europeana – Bibliothèque numérique colombienne – Cancionero discográfico de cuecas chilenas	– Conte-moi la Francophonie – Google Art Project (UNESCO) – Nouvelles Editions Numériques Africaines (NENA) (Sénégal)	Il s'agit ici d'initiatives majeures de numérisation des catalogues et métadonnées des institutions nationales, de cartographie des pratiques culturelles en vue de rendre les arts et les institutions culturelles plus visibles et accessibles au grand public.
Éducation, sensibilisation du public et renforcement des capacités des acteurs culturels	– Points NAC (Argentine) – MatrizPCI (Portugal et pays lusophones) – MEC (Uruguay) – Collaboration Slovénie et la Faculté des Beaux-Arts de l'Université d'Hérat (Afghanistan) – Banque mondiale d'images (Danemark et Mali)	– Thydêwa (Brésil) – Programme télévisé appelé Arts Network (Mongolie) – Communication sociale et interculturelle à travers la création audiovisuelle, portée par ONG IRIPAZ (Guatemala)	Il existe des programmes d'assistances nord-sud pour le déploiement de logiciels (le Portugal a aidé d'autres pays lusophones à acquérir et à gérer le système « MatrizPCI » pour des inventaires des expressions culturelles immatérielles) et la numérisation des programmes d'aide. Le Portugal a proposé des formations sur les techniques d'archivage à des professionnels angolais. L'UE fait mention d'échange des connaissances avec la Mauritanie pour la création et les expressions basées sur les nouvelles technologies. Un autre projet, à l'initiative du Danemark, a permis à des étudiants et des enseignants du Mali de mieux comprendre le fonctionnement du marché des banques mondiales d'images. Dans le cadre du projet UNESCO/ROK FIT, la Mongolie a bénéficié d'assistance à la promotion de la diversité culturelle grâce aux nouvelles technologies.
La mise en réseau des acteurs	– Sudplanète (pays ACP) – Fondation européenne de la Culture (FEC) – Culturessud.com (France) – Qantara.de (Allemagne)	– Labforculture.org – Ci*Diguente – ONG Kër Thiossane	Plateformes de coopération culturelle utilisant des technologies interactives pour faciliter la mise en réseau des artistes et professionnels de la culture. Mise en réseau, partage de ressources et échange de bonnes pratiques dans le champ de la création et des arts numériques, espace interculturel de partage de ressources multimédia sur les biens communs visant la cocréation d'œuvres multimédia collaboratives et évolutives. (http://www.remixthecommons.org)
Responsabilité civile des entreprises		– Vivendi – Disney – CBS, Time Warner, BBC	Collaborations et engagement des acteurs privés : Les stratégies de promotion et de protection de la diversité des expressions culturelles doivent engager la collaboration entre plusieurs acteurs. Les collaborations font émergence, mais il convient aussi de mentionner une tendance nouvelle, celle le l'intégration des objectifs de la CDEC dans les codes de conduite des entreprises. Cette tendance doit être prise en considération voire elle doit être encouragée par des mesures et des politiques aux niveaux national et international. À plus long terme, on peut imaginer des mesures étatiques qui encadreraient politiquement la RSE.

L'enjeu ici n'est pas de remettre en cause tous les mécanismes, mesures et dispositifs existants en matière d'intervention publique dans le domaine culturel, mais bien de distinguer ceux qui peuvent être adaptés à l'ère numérique de ceux qui deviennent obsolètes. Il s'agit également de concevoir et de créer de nouvelles politiques et des modes novateurs de soutien aux créateurs et aux industries culturelles pour qu'ils puissent d'une part, faire face aux bouleversements engendrés par le numérique, et d'autre part, profiter des opportunités créées par les nouvelles technologies. Les autorités politiques sont appelées à repenser leurs façons de faire. Comme le soulève Jean Musitelli : « Le déploiement foudroyant de l'écosystème numérique ne remet pas seulement en cause les modes de production, les modèles économiques et les pratiques sociales relatifs à la culture. Il pose à la puissance publique dans sa fonction régulatrice une question existentielle » (Musitelli, 2014, p. 312). Les gouvernements en collaboration avec les acteurs de la société civile, du secteur privé et les organisations internationales devront prendre des initiatives concertées visant à élaborer et à reformuler les principes directeurs de leurs politiques culturelles afin de répondre aux défis spécifiques que pose le numérique.

Politiques culturelles - avant et après la révolution numérique

Axes d'intervention	Type de politiques/mesures	
	AVANT	**APRÈS**
Accès/consommation	– Programme d'immobilisations, d'infrastructures physiques (musées, bibliothèques, salles de cinéma et de spectacle) – Soutien pour l'impression de catalogues culturels (livres, musique, œuvres muséales)	– Programmes d'infrastructures virtuelles et numériques (haut débit, points XP, accès Internet) – Plateformes numériques de partage de l'information culturelle (ex. ArtSAnow, Espagna es cultura, SinCA, Cultures en ligne) – Bibliothèques et musées virtuels (ex. Europeana, Cancionero discográfico de cuecas chilenas, Conte-moi la Francophonie)
Création/production	– Programmes de bourses sectorielles (musique, danse, théâtre, cirque) – Aide à l'édition de livres	– Soutien aux créateurs d'arts numériques et aux producteurs d'œuvres en ligne – Programme d'aide pour encourager l'interdisciplinarité et l'innovation dans la création de contenus culturels – Soutien aux éditeurs en ligne
Distribution/diffusion	– Subvention de fonctionnement aux immobilisations – Mesures fiscales et réglementaires – Soutien aux diffuseurs publics – Réglementations des opérateurs de diffusion	– Plateformes de diffusion de contenus culturels audiovisuels (ex. La Fabrique culturelle, Cinema Digitaal BV, Ars Electronica festival) – Nouvelles mesures réglementaires pour inclure les diffuseurs privés – Mesures fiscales révisées
Formation/renforcement des capacités	– Programme de résidences pour artistes invités – Ententes de coproductions cinématographiques – Ententes de coopération culturelle	– Programme de résidences virtuelles – Ententes de coproductions d'œuvres numériques – Ententes de coopération culturelle pour le renforcement des capacités numériques (ex. Banque mondiale d'images, Projet UNESCO/ROK FIT)
Éducation/sensibilisation	– Soutien aux loisirs culturels – Subvention pour l'achat de livres pour les bibliothèques – Prix et concours	– Numérisation des collections des bibliothèques et des musées (ex. Google Art Project en partenariat avec UNESCO) – Développement des compétences technologiques – Mise en réseaux des acteurs

L'adoption d'une politique culturelle 2.0 passe par l'affirmation d'une forte volonté politique de soutien aux créateurs, aux producteurs et aux réseaux de diffusion de contenus culturels numériques. Cela passe aussi par une éducation artistique à la création numérique, le renforcement des compétences numériques des acteurs culturels, ainsi que par la sensibilisation du public. Les autorités en charge de la culture doivent veiller à repenser leurs moyens d'action en termes de régulation pour assurer que les plateformes numériques donnent toute la place aux œuvres locales et nationales des pays dans lesquels elles sont accessibles. Par ailleurs, la coopération et la solidarité internationale devraient s'efforcer de permettre aux pays, en particulier les PED, de créer et de renforcer leurs industries culturelles et créatives par l'utilisation des technologies numériques à un niveau local, national et international. Le partage et l'accès équitable à un large éventail d'expressions culturelles riche et diversifié, ainsi que les moyens de les exprimer et de les diffuser par des technologies numériques, constituent des objectifs à viser par une politique culturelle 2.0.

Le numérique affecte non seulement tous les axes d'intervention culturelle, mais tend aussi à faire disparaitre les barrières sectorielles séparant les disciplines et les axes d'actions. Les divisions traditionnellement maintenues entre les axes d'intervention s'estompent. Néanmoins pour faciliter la compréhension, nous proposons certaines mesures concrètes que pourrait contenir une politique culturelle 2.0 selon les cinq axes traditionnels d'intervention culturelle: accès/consommation ; création/production ; distribution/diffusion ; formation/renforcements des capacités ; et éducation/sensibilisation (voir le tableau p.71).

En ce qui concerne l'accès et la consommation, l'adaptation aux bouleversements technologiques passe par la mise à disposition d'infrastructures et d'équipements numériques, ainsi que par la création de plateformes virtuelles de partage de l'information culturelle. Dans les pratiques plus innovantes, on pourrait penser la création d'un service public numérique culturel intégrant les dimensions *OpenData* et *BigData*.

Avantages et coûts de divers types de mesures susceptibles d'être intégrées dans une politique culturelle 2.0

Axes d'intervention	Types de mesures	Exemple d'avantages	Exemple de coûts
Accès/ consommation	Programmes d'infrastructures virtuelles et numériques. Plateformes numériques de partage de l'information culturelle. Bibliothèques et musées virtuels.	Le numérique devient un vecteur de développement économique et culturel. Diffusion exponentielle, rayonnement et mise en valeur de la création.	Ressources et financements captés par les infrastructures technologiques. Problème de piratage des banques de données.
Création/ production	Soutien aux créateurs d'arts numériques et aux producteurs d'œuvres/contenus en ligne. Programme d'aide visant l'interdisciplinarité et l'innovation. Soutien aux éditeurs en ligne et aux nouveaux modèles d'affaires.	Éviter le tarissement du financement de la création. Renouvellement du talent. Émergence de nouvelles formes de création.	Développement de nouveaux programmes et de nouvelles expertises.
Distribution/ diffusion	Plateformes publiques de diffusion de contenus culturels audiovisuels. Nouvelles mesures réglementaires pour inclure les diffuseurs privés. Mesures fiscales révisées.	Accessibilité accrue à des contenus culturels. Nouvelles sources de financement de la création. Mise à contribution d'un ensemble plus large d'acteurs.	Négociations complexes des droits d'auteurs. Questions et enjeux transnationaux. Conflits de lois nationales. Développer une expertise technologique.
Formation/ Renforcement des capacités	Ententes de coproduction d'œuvres numériques, de coopération culturelle et renforcement des capacités numériques.	Réduction des fractures numériques. Facilitation et partage des pratiques innovantes.	Ressources et financements de programmes spécifiques d'assistance technique, de transfert de savoir-faire, de formation et de mise à niveau des compétences.
Éducation/ sensibilisation	Numérisation des collections des bibliothèques et des musées. Développement des compétences technologiques. Mise en réseaux des acteurs.	Communication accrue entre les acteurs. Appropriation des technologies et développement de nouvelles pratiques et de nouveaux usages.	Réalisation et gestion des collections virtuelles. Établir les ententes de collaborations et de partenariats.

Dans le domaine de la création et de la production culturelle, les nouvelles mesures viseraient notamment la mise à disposition et le développement d'outils numériques appropriés pour les créateurs et la mise sur pied de programmes d'aide à la création d'applications et de services culturels numériques innovants, notamment en privilégiant les équipements mobiles dans les PED. Les mesures de soutien aux entreprises du livre, de la musique et du film devront inclure un volet sur la création et la production interactives destinées à toute forme d'écran ou de plateforme. Les États seraient appelés également à financer la recherche dans les arts, le design et la création numérique, et à adapter les lois sur le droit d'auteur à l'ère numérique pour favoriser l'offre légale et la rémunération des créateurs.

Pour garantir la distribution et la diffusion de contenus culturels, les autorités politiques sont appelées à soutenir la numérisation des collections des bibliothèques et musées virtuels et à encourager la mise en visibilité de contenus culturels numériques originaux et conviviaux visant à favoriser une expérience-utilisateur enrichie. Les entreprises de distribution doivent être soutenues pour réussir leur passage au numérique en aidant, par exemple, les exploitants de salles à diffuser des œuvres culturelles numériques. La crainte de l'uniformisation de la culture résultant du phénomène de la convergence presse les pouvoirs publics à adopter des mesures visant la création de plateformes de diffusion de contenus culturels audiovisuels pour assurer la commercialisation des créations des artistes aux niveaux national et international. Ils sont appelés à adopter et/ou appliquer une législation nationale contre les monopoles et des mécanismes pour empêcher la concurrence déloyale dans les industries culturelles et créatives en tenant compte de l'entrée en scène des nouveaux acteurs numériques, tout en gardant à l'esprit l'objectif d'assurer la diversité de l'offre culturelle.

Les possibilités offertes par le numérique pour améliorer la formation et le renforcement des capacités sont intéressantes et nécessitent d'être saisies dans la mesure où les autorités politiques contribuent à développer les compétences numériques des artistes, des travailleurs culturels, des administrateurs d'art et des gestionnaires de la culture. Les nouvelles technologies facilitent le dialogue et le partage des bonnes pratiques entre acteurs culturels par l'animation de plateformes d'échanges et de mise en réseaux. Les États devraient ainsi viser à renforcer les partenariats parmi les organisations de la société civile et les ONG et le secteur privé pour développer et mettre en œuvre une politique culturelle 2.0.

Enfin, les politiques visant à soutenir l'éducation et la sensibilisation du public à la culture adaptée au numérique pourraient, par exemple, soutenir la création de contenus culturels numériques didactiques et interactifs pour divers publics cibles et aider le réseau de la culture à s'approprier les technologies du Web sémantique afin de maximiser la présence des données culturelles locales sur le Web. Les pouvoirs publics pourraient, par ailleurs, encourager la création de centres culturels numériques dédiés à la formation à la « culture numérique » et à la sensibilisation du public aux outils et aux nouveaux environnements numériques interactifs.

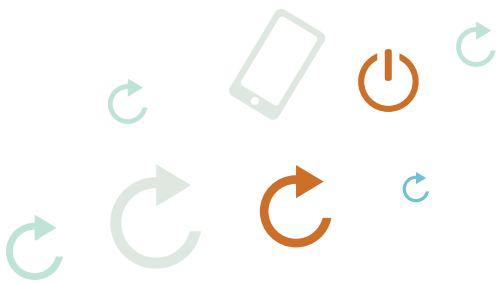
Pour contrer les effets pervers des nouvelles technologies dans le secteur culturel et créer une synergie favorable à la diversité des expressions culturelles, il importe de favoriser le dialogue et la cohérence aux niveaux national et international, entre les politiques de la culture et les politiques visant le développement du numérique, les politiques commerciales, les politiques fiscales, les régulations des télécommunications et d'Internet. La mise en réseaux des différents ministères serait un moyen de favoriser la cohérence et la synergie des politiques publiques affectant l'évolution des industries culturelles.

Dans ce contexte, la CDEC demeurerait un outil indispensable à l'ère du numérique. Le défi de l'UNESCO est de saisir l'opportunité qu'offrent les nouvelles technologies pour se positionner sur la scène internationale comme un acteur proactif dans l'élaboration, l'application et le partage des bonnes pratiques et des politiques des différents acteurs cherchant à répondre aux bouleversements technologiques ressentis dans le monde culturel. Ceci est particulièrement important dans le cas des PED qui font face à des problématiques et des réalités particulières.

C'est par l'action des organisations internationales, et en particulier de l'UNESCO, que les solutions aux inégalités numériques en matière

de création, de diffusion et d'accès/consommation de la culture au sein de la société et entre les sociétés peuvent être trouvées. Les différents projets de coopération entre l'UNESCO et la Francophonie ont aidé, par exemple, à l'émergence d'une industrie numérique de contenus et d'applications mobiles, en particulier sur le continent africain. C'est aussi par le biais de la coopération internationale qu'est reconnu le rôle indispensable de la société civile dans les processus d'adaptation des pratiques culturelles au contexte du numérique. La prochaine section traite de la manière dont l'action internationale peut venir en soutien aux efforts des États, des acteurs privés et de la société civile pour adapter avec plus d'efficacité les politiques et pratiques culturelles à l'ère du numérique. Elle propose des actions concrètes visant à mettre la CDEC au service d'une culture en réseaux.

Chose certaine, l'UNESCO pourrait faciliter le partage de bonnes pratiques et la définition de lignes directrices pour définir des instruments et des mesures pouvant servir à définir un modèle de politique culturelle 2.0 dont les États Parties pourraient s'inspirer.



ZINC «Arts et cultures numériques»

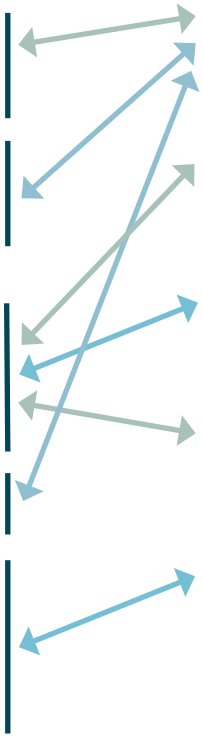
ZINC est un centre de création « arts et cultures numériques » qui réalise des projets de développement culturel en accueillant les artistes en résidence et en diffusant leurs œuvres. C'est un réseau de ressources et de plateformes d'échanges qui stimulent la co-création et l'innovation artistiques à travers des pratiques numériques collaboratives.

Dans une entrevue qu'elle nous a accordée en septembre 2014, la directrice de Zinc, Céline Berthoumieux, plaide en faveur d'une « rerépartition des richesses pour les budgets alloués à la création artistique à l'ère du numérique ». Selon elle, la création de richesses pour les multinationales du numérique se fait en très grande partie par la diffusion des œuvres et des contenus culturels numériques créés par les artistes et par les internautes. Il faudrait donc appliquer des mesures fiscales pour les entreprises du numérique afin qu'elles soutiennent davantage le secteur de la culture et des arts numériques et miser sur la croissance exponentielle des réseaux numériques afin de rendre les expressions artistiques et culturelles plus accessibles, partagées et diversifiées.

3 AGIR - LA CDEC AU SERVICE D'UNE CULTURE EN RÉSEAUX

Principaux éléments :

- La CDEC est un instrument légitime pour aborder les impacts du numérique sur la diversité des expressions culturelles.
- La CDEC est neutre sur le plan technologique car elle vise la promotion et la protection de la diversité des expressions culturelles quels que soient les moyens et les technologies utilisés.
- La CDEC peut permettre aux États et aux acteurs de la culture de mieux profiter des opportunités qu'offre le numérique pour la diversité des expressions culturelles tout en leur procurant des outils pour en contrer les menaces.
- Le numérique est un environnement nouveau qui requiert de nouvelles mesures et de nouvelles politiques.
- Une directive transversale permettrait de mobiliser les acteurs, individuellement et collectivement, autour d'une application plus efficace de la CDEC, notamment par le partage de politiques, de mesures et de bonnes pratiques qui sont déjà nombreuses au nord comme au sud.



Mobilisation pour la CDEC. De notre questionnaire :

- **73,6%** des répondants pensent que les enjeux du numérique affectent les biens et services culturels dans toutes les dimensions : création, diffusion, distribution et formation.
- **43%** des répondants estiment que la coopération internationale est faible, **19%** la trouvent moyenne, et seulement **12%** la trouvent forte. **64%** sont insatisfaits.
- Pour favoriser la production de contenus culturels, les répondants proposent l'OMPI, le PNUD et la CNUCED comme les organisations les plus importantes avec lesquelles l'UNESCO devrait collaborer.
- Pour favoriser l'accès aux contenus culturels et pour l'assistance technique pour le développement, on considère généralement que l'UNESCO devrait collaborer avec d'autres organisations, principalement l'UIT.
- Tous les aspects de la coopération internationale semblent importants, mais le renforcement des capacités et l'assistance technique se démarquent.

Introduction

Adoptée à Paris en octobre 2005 et entrée en vigueur en 2007, la CDEC de l'UNESCO a reçu l'adhésion de plus de 130 États. En tant qu'instrument juridique international, la CDEC affirme la spécificité des biens et services culturels et la légitimité de l'intervention publique en vue de la protection et de la promotion de la diversité des expressions culturelles. La CDEC représente depuis 2005 une réponse nuancée aux défis que pose la libéralisation commerciale qui s'est manifestée dans les années 90 et au début des années 2000.

Le numérique et ses impacts ont certainement amplifié et transformé le contexte au sein duquel les États appliquent la CDEC. Il y a lieu de se poser la question à savoir si le modèle privilégié de gouvernance de la culture, qui repose sur une combinaison de programmes d'aide et de lois basés en grande partie sur des délimitations territoriales et sectorielles, demeure adéquat. Est-ce que la CDEC, qui renvoie aux États la responsabilité de protéger et de promouvoir la diversité culturelle, représente toujours un outil efficace pour la réalisation des objectifs qu'elle vise à l'ère du numérique?

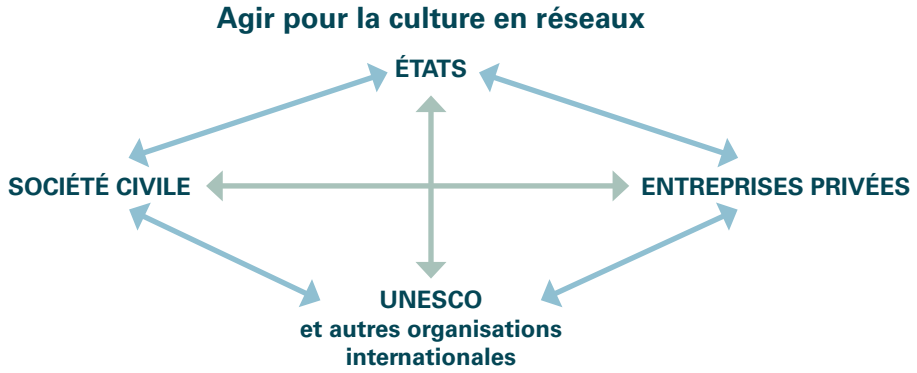
La CDEC remplit bien le rôle qui lui a été assigné et elle demeure un outil efficace dont l'importance ne fait que grandir à l'ère du numérique. Toutefois, l'impact des changements majeurs provoqués par les nouvelles technologies et les réseaux numériques, qui affectent tout autant la production et la diffusion que la consommation des biens et services culturels, est double et contradictoire : 1. Les TIC offrent l'opportunité d'accroître la production et la circulation des œuvres, contribuant ainsi à assurer une « multiplicité des formes par lesquelles les cultures des groupes et des sociétés trouvent leur expression » (Article 4), c'est-à-dire contribuant à assurer une diversité des expressions culturelles ; 2. Couplées à la mondialisation, les nouvelles technologies changent les règles du jeu de manière à favoriser la convergence des médias et des plateformes de diffusion, faisant émergence un nouveau risque d'uniformisation culturelle.

L'enjeu est de renouveler les schèmes traditionnels de gouvernance de la culture et de l'articuler dans un contexte transnational. À l'ère du numérique, il ne s'agit plus de réguler des industries et marchés nationaux et de gérer les interdépendances internationales, mais de trouver des règles adaptées à la globalisation et l'intégration des marchés. Certes, de nouvelles formes d'arrangements institutionnels sont parfois plus adaptées aux réalités actuelles du numérique, mais l'UNESCO peut et doit trouver une place dans cette gouvernance globale des industries culturelles à l'ère numérique.

Dans le contexte du numérique, la notion de « promotion » prend une importance accrue sans toutefois annuler celle de la « protection ». La protection est possible dans la mesure où l'on peut construire un arrimage entre les régulations du commerce et d'Internet pour une culture en réseaux diversifiée. Il semble opportun de repenser, si les États veulent aller dans cette direction, les mécanismes de protection dans un contexte croissant de libéralisation et d'« Internetisation » des industries culturelles/audiovisuelles. L'un des plus importants problèmes pour les industries culturelles semble être la visibilité. Plusieurs actions concrètes permettent aux États et aux autres acteurs de « promouvoir » plus efficacement les expressions culturelles à l'ère du numérique. Elles doivent être multiplées, amplifiées et diffusées.

Dans cette troisième partie, nous abordons les débats entourant le numérique dans le cadre de la mise en œuvre de la CDEC pour ensuite, en deuxième lieu, décrire la manière dont la CDEC intègre le numérique pour terminer, en troisième lieu, avec une proposition qui va dans le sens de l'élaboration et de l'adoption d'une directive opérationnelle transversale.

Ce graphique et ce tableau illustrent les actions que les différents acteurs pourraient mettre en interaction par une coopération renforcée adaptée au numérique



Objectifs	Les États	Société civile ou entreprises	UNESCO et autres organisations internationales
Adapter les politiques culturelles au numérique ou intégrer la culture dans les stratégies numériques	Définir une politique culturelle 2.0. Développer le volet culturel dans les stratégies numériques de développement des industries culturelles et créatives. Mesurer l'impact du numérique et du commerce sur le secteur culturel.	Participer au processus d'élaboration et de mise en œuvre des politiques. Mettre en place des stratégies, des politiques ou des mesures visant la promotion et l'application de la CDEC dans l'univers numérique. Établir des partenariats multisectoriels en vue de favoriser la diversité des expressions culturelles aux niveaux local et international.	Répertorier et partager les bonnes pratiques des États Parties en ce qui concerne l'application de la CDEC à l'ère numérique. Créer une plateforme de suivi des politiques publiques en lien avec la prise en compte du numérique.
Mise en réseau des politiques et des acteurs	Mettre en place un comité interministériel pour mieux articuler les politiques culturelles et les autres politiques publiques affectant les industries culturelles. Appuyer la concertation et la mise en réseau des acteurs de la culture et du numérique.	Participer aux développements des politiques. Créer des plateformes d'échanges d'information et des vitrines culturelles.	Élaborer une stratégie « culture en réseaux » qui viserait à favoriser la coopération en vue d'aider les États Parties à prendre le virage numérique.
Coopération internationale	Négocier des accords de coopération en matière culturelle. Partager des bonnes pratiques et développer de politiques communes. Transférer des connaissances et des technologies.	Intégrer et valoriser les objectifs de la CDEC dans les stratégies et les organisations non gouvernementales du numérique et de la culture.	Promouvoir la CDEC dans les autres sites de gouvernance affectant la culture. Monitoring des forums de gouvernance affectant la culture.
Engager les acteurs privés dans la promotion et la protection de la diversité des expressions culturelles	Encadrer ou réglementer la RSE par des mesures ou des politiques.	Intégrer et valoriser les objectifs de la CDEC dans les stratégies et codes de conduite.	Développer une certification CDEC ou intégrer le respect de la CDEC dans le cadre du Pacte mondial de l'ONU.
Éducation et formation	Développer les compétences et les savoirs technologiques.	Partager des informations et de bonnes pratiques. Diffusier des savoirs et des pratiques innovantes. Sensibiliser à l'importance de la CDEC.	Mettre en place l'assistance technique pour favoriser le développement et la diffusion de bonnes pratiques. Promouvoir et faire connaître la CDEC.

État des débats entourant le rôle de la CDEC à l'ère numérique

Face aux défis que posent les transformations induites par le numérique dans les secteurs culturels, les Parties à la CDEC ont adopté, en juin 2013, une résolution demandant au Comité intergouvernemental pour la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles (ci-après, le Comité) « de préparer un état de la question portant sur les aspects du développement du numérique qui ont un impact sur la Convention ainsi que des propositions d'actions à engager » (CE/13/4.CP/Res.). Rappelons que c'est à l'initiative du Canada et du Québec, lors de la 6e session ordinaire du Comité en 2012, que la question de l'articulation de la CDEC à l'ère du numérique a fait surface.

Un premier débat fut donc engagé à la 7e session ordinaire du Comité en décembre 2013. Le Comité a inscrit dans ses activités pour 2013 et 2014 d'inviter le Secrétariat « à analyser toutes les informations pertinentes contenues dans les rapports périodiques des Parties à la Convention et autres documents pertinents, concernant notamment le développement des technologies numériques, les diffuseurs publics de radio-télévision et la participation de la société civile dans la mise en œuvre de la CDEC » (Décision 7.IGC 13). À la demande du Canada et de la France, un point intitulé « État de situation et suite à donner aux enjeux du numérique » a été mis sur l'ordre du jour de la 8e session du comité intergouvernemental de l'UNESCO pour la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles. Les délégations des deux pays ont souligné qu'il n'est pas question de renégocier la CDEC, mais plutôt d'affirmer sa pertinence accrue dans l'écosystème numérique. Ils ont mentionné, en appui, la résolution adoptée par l'OIF lors de son Sommet de Dakar (novembre 2014) selon laquelle les membres de l'OIF reconnaissent la nécessité de tenir compte du numérique dans les politiques culturelles nationales, les activités de coopération et les discussions dans les forums internationaux. La résolution réaffirme neutralité technologique de la CDEC ainsi que sa pertinence dans tous les environnements, y compris le numérique. (OIF, 2014)

Ces débats ont aussi amené plusieurs personnes à suggérer la nécessité d'une application spécifique de la CDEC au contexte numérique. Nous en aborderons quelques-uns.

Premièrement, Jean Musitelli, ancien ambassadeur de la France auprès de l'UNESCO a souligné que « si la transition numérique invite fortement à ajuster le champ d'application et les modalités de mise en œuvre de la CDEC en vue d'assurer son effectivité et sa pérennité, elle ne remet pas fondamentalement en cause les principes sur lesquels elle repose ni les finalités qu'elle s'assigne. Tel est le nouveau défi qui s'offre à l'UNESCO et à ses États membres : faire de l'émergence du numérique l'occasion de fortifier et d'enrichir la CDEC. (Musitelli, 2014, p. 307). Il fait aussi le constat que tout en étant une source potentielle d'enrichissement de la diversité culturelle, l'écosystème du numérique ne la génère pas spontanément, et que sans un encadrement approprié, l'économie numérique comporte plus de menaces que de bénéfices. Il conclut qu'une mise en œuvre intégrale et dynamique de la CDEC doit passer par une prise en compte du numérique sous toutes ses formes. (Musitelli, 2013)

Le rapport du Réseau international des juristes pour la diversité des expressions culturelles (Guèvremont *et al.*, 2013) a souligné que l'évolution du numérique nécessite une réponse rapide et invite les Parties à renoncer à une approche cloisonnée afin de tenir compte des effets du numérique sur l'évolution du droit international. Le rapport pointe quatre chantiers à investir :

1. l'adaptation des politiques culturelles nationales aux nouvelles réalités du numérique ;
2. la prise en compte du numérique en matière d'éducation et de sensibilisation du public, de participation de la société civile et d'intégration de la culture dans le développement durable ;
3. la coopération visant à accélérer le virage numérique des PED, en particulier grâce à un transfert technologique, le renforcement des capacités et de l'offre culturelle numérique de ces pays ; et
4. la promotion des objectifs de la CDEC dans les autres forums de négociations, en particulier dans les négociations d'accords commerciaux qui visent les produits numériques.

Lors du colloque organisé en mars 2014 par le CEIM sur l'articulation du commerce culturel à l'ère du numérique et sur les enjeux, les défis et les pistes de solutions,

l'attention a porté sur l'absence d'une approche transnationale et interconnectée au niveau des différents domaines du politique (média/télécommunications/numérique/commerce), une approche qui pourrait assurer la cohérence des politiques tant aux niveaux national qu'international. Le colloque a permis de constater que les acteurs ont une attitude qui devient moins défensive face au numérique, car ils découvrent qu'il est possible de s'ajuster et d'innover en s'appropriant les possibilités offertes par les nouvelles technologies numériques. Un constat s'est aussi imposé que les mondes de la culture et du numérique devraient construire des ponts afin de mieux relever les défis actuels.

La synthèse du colloque identifie une quinzaine de pistes de solution dont :

1. aborder l'enjeu de la monétisation des œuvres culturelles à l'ère numérique et responsabiliser les nouveaux acteurs et les exploitants de plateformes numériques quant à la production et la diffusion de contenus culturels nationaux;
2. assurer une intégration transversale du numérique dans la mise en œuvre de la CDEC, c'est-à-dire pour toutes ses dispositions, et de sensibiliser les Parties au fait que le renforcement des capacités des PED pour assurer la diversité des expressions culturelles passe par le numérique.

En avril 2014, Mme Louise Beaudoin, ancienne ministre des Relations internationales du Québec, présentait un rapport à l'OIF concernant les enjeux du numérique liés à la CDEC (Beaudoin, 2014). Le rapport affirme, à l'instar de celui du RIJDEC, que la CDEC est technologiquement neutre et qu'elle reste un outil pertinent bien qu'il soit nécessaire de développer des mesures adaptées aux nouvelles réalités du numérique. Ce rapport met surtout l'accent sur la tension qui existe entre la possibilité pour les États d'établir leurs propres politiques/mesures et la libéralisation des échanges. Le rapport souligne aussi l'importance de contrer la domination des grandes entreprises d'Internet et de trouver les instruments pour les responsabiliser et les faire contribuer au financement de la création, y compris si cela nécessite la mise sur pied de mesures fiscales spécifiques. Deux propositions sont faites : 1) élaborer et adopter des directives opérationnelles permettant à ceux qui le souhaiteraient de mettre à contribution les nouveaux joueurs numériques par des mesures fiscales qui viseraient le pays récepteur et non plus le pays d'origine du serveur du téléchargement ou encore les opérateurs de téléphonie mobile sur un territoire donné ; 2) élaborer et adopter des directives opérationnelles en vue de contrer la pratique de certains pays, d'inclure les services numériques et le commerce électronique dans les accords commerciaux (référant aux articles 20 et 21 de la CDEC).

En France, comme nous l'avons mentionné dans la première partie de cette étude, le Rapport « Acte II de l'exception culturelle » proposait une réflexion sur l'évolution et l'adaptation des systèmes de l'exception culturelle à l'ère du numérique. On y parlait notamment de mesures fiscales. De son côté, Le Rapport Attali (2014) qualifiait le numérique de secteur porteur de croissance et incitait les politiques françaises à devenir plus compétitives. On y propose d'assurer une rémunération juste des acteurs de l'économie numérique par la lutte contre le piratage et les téléchargements gratuits, ainsi que par le versement, par les FAI, d'une contribution aux ayants droit auprès des différentes sociétés de gestion collective des droits d'auteurs. Le rapport soulignait la nécessité de faire évoluer les médias électroniques et les transformer en « carrefours de distribution de contenus prescripteurs ». Le rapport propose la création d'un poste de haut-commissaire au développement numérique qui disposerait d'une autorité sur toutes les structures ministérielles chargées du numérique fusionnant ainsi les structures actuellement éclatées au sein des ministères. Aussi, la convergence accrue entre les diverses filières du secteur des télécommunications et du broadcasting rendrait nécessaire une coordination entre l'Autorité de régulation des communications et des postes (ARCEP) et le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA). Plusieurs services relèvent actuellement autant de l'audiovisuel que des communications électroniques.

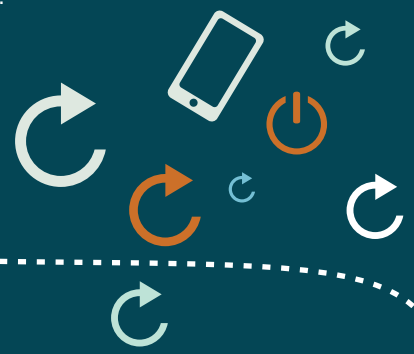
Dans un ouvrage dirigé par Lilian Richieri Hanania, plusieurs recommandations vont dans cette direction. Par exemple, Stoklos Kignel mentionne que le site web de l'UNESCO pourrait fournir de l'information sur comment les entreprises peuvent travailler à la réalisation des objectifs de la CDEC alors que des subventions et autres politiques de régulation pourraient favoriser l'investissement du secteur privé dans la culture et dans la promotion de la diversité culturelle. (Richieri Hanania, 2014, pp.257-59) De son côté, Comby souligne que les innovations technologiques devraient être traitées dans le cadre de la CDEC à travers la reconnaissance du principe de neutralité technologique, ce qui permettrait aux États signataires de mettre en place des mesures de promotion de la diversité culturelle dans les services en ligne. (Richieri Hanania, 2014, pp.92)

Directives opérationnelles existantes

Directive	Défis numériques	Mesures prévues	Commentaires/Observations
Articles 7, 8, 17 : Mesures de promotion et de protection des expressions culturelles	Développer l'accès pour tous au numérique et renforcer les capacités des citoyens, celles des artistes et créateurs de s'approprier des outils numériques.	Encourager l'émergence d'un secteur culturel dynamique, quelles que soient les technologies utilisées. Mettre un accent sur les mesures adaptées au numérique.	La directive intègre les enjeux du numérique. Cependant, il existe un manque d'informations sur les bonnes pratiques à adopter dans ce nouveau contexte, ce qui est particulièrement important dans les pays en développement.
Article 9 : Partage de l'information et transparence	Mettre l'accent dans les rapports périodiques sur les mesures prises par les Parties en lien avec le numérique. Développer le partage de bonnes pratiques.	Présenter les indicateurs liés aux biens et services culturels numériques.	1) Prévoir la vulgarisation des rapports à travers des sites web/plateformes numériques. 2) Co-construire des indicateurs pour mesurer l'impact du numérique. 3) Intégrer dans les rapports des mesures montrant l'importance du numérique dans les politiques culturelles.
Article 10 : Éducation et sensibilisation du public	Fournir un accès aux équipements/technologies et former le public à leur utilisation. Inculquer la culture numérique.	Élaborer des instruments de sensibilisation numériques et des supports pédagogiques, multi-média et interactifs..	La directive intègre les enjeux du numérique. On devrait insister ici sur le rôle des nouveaux médias sociaux et des outils du web 2.0 dans la sensibilisation du public.
Article 11 : Rôle et participation de la société civile	Saisir les possibilités d'interaction numérique pour faciliter le dialogue entre les pouvoirs publics et la société civile.	Aucune mention du numérique	La directive ne mentionne pas comment les technologies numériques pourraient être utilisées pour accroître la participation de la société civile.
Article 13 : Intégration de la culture dans le développement durable	Tenir compte des répercussions qu'ont les industries culturelles numériques sur la qualité des contenus.	Utiliser les technologies pour renforcer les systèmes de communication en réseaux. Renforcer les capacités techniques.	La directive intègre partiellement les enjeux du numérique.
Article 14 : Coopération pour le développement	Intégrer le secteur culturel dans les plans pour l'aide publique au développement. Accroître la coopération nord-sud/Sud-Sud en matière de lutte contre la fracture numérique.	Transfert de technologies dans le domaine des industries culturelles. Évaluer les besoins technologiques des PED et prendre les mesures appropriées.	La directive intègre les enjeux du numérique.
Article 15 : Modalités de collaboration	Utiliser les technologies numériques dans la mise en place de partenariats plus efficients par la facilitation du dialogue et des échanges à distance.	L'article 15 fournit des pistes pour des partenariats visant à promouvoir les secteurs culturels touchés par les technologies numériques (Guèvremont *et al.*, 2013, p.9)	La directive intègre les enjeux du numérique. L'échange d'informations sur les partenariats devrait pouvoir bénéficier des technologies numériques, permettant la mise en place d'une base de données qui pourrait contenir des rubriques dédiées aux partenariats en faveur du numérique. (Guèvremont *et al.*, 2013, p.9)
Article 16 : Traitement préférentiel pour les PED	Transférer les technologies numériques, renforcer les compétences numériques des créateurs et des populations.	Apporter une assistance technique, y compris l'acquisition d'équipement, le transfert de technologies et d'expertise aux PED.	La directive intègre les enjeux du numérique
Article 18 : Orientations sur l'utilisation des ressources du FIDC	Affecter des fonds pour le renforcement des compétences numériques des professionnels de la culture.	Aucune mention du numérique	La directive n'intègre pas le numérique dans les principes de fonctionnement et les objectifs du FIDC. Des appels à projets sur le développement de services culturels numériques innovants pourraient être lancés.
Article 19 : Échange, analyse et diffusion de l'information	Développer des infrastructures de collecte d'information culturelle et de données à l'échelle nationale avec des stratégies d'ouverture des données (Open Data).	Engager des actions visant à échanger, analyser et diffuser l'information et les données sur leur territoire, en utilisant au besoin les TIC .	Intègre partiellement le numérique. On devrait mentionner les enjeux liés à l'ouverture des données, à la transparence des processus de collecte, et à la coopération avec les entreprises qui ont des données (Big Data) sur la consommation de biens et services culturels en ligne.

Échanges et innovation

Le Conseil des arts et des lettres du Québec ainsi que la Société de développement des entreprises culturelles du Québec (SODEC) ont chacun rendu public un rapport sur le rayonnement de la culture à l'ère du numérique qui insistent sur la nécessité de saisir les possibilités et les opportunités offertes par les technologies numériques dans « la constitution de plateformes et de réseaux permettant de multiples échanges, de nouvelles formes de communication et un élargissement de la communauté artistique sur le réseau planétaire, à travers différentes communautés d'intérêts » (CALQ, 2011, p. 14). Selon la SODEC, il est important de soutenir « la mise en circulation des produits existants, [mais également de] stimuler la production de contenus originaux et adaptés à l'univers numérique [en misant] sur l'innovation pour trouver de nouvelles idées d'expériences culturelles pour les citoyens » (SODEC, 2011, p. 15).



Directives opérationnelles existantes et leur adaptabilité aux enjeux du numérique

La CDEC compte 15 articles précisant les Droits et obligations des Parties (Section IV, articles 5 à 19), 2 articles sur les Relations avec les autres instruments (Section V, articles 20 et 21) ainsi que 3 articles sur les Organes de la CDEC (Section VI, articles 22 à 24). Douze de ces articles sont dotés de directives opérationnelles approuvées lors des 2e et 3e Conférences des parties en 2009 et 2011, respectivement. Cette section discute des articles pour lesquels il existe une directive opérationnelle et montre comment elles intègrent le numérique. Le tableau de la page précédente présente une synthèse de notre analyse.

Les mesures prévues dans cette directive concernent la promotion (article 7) et la protection (article 8 et 17) des expressions culturelles. L'article 7 met l'accent sur les efforts à fournir par les Parties en ce qui concerne l'accès, la création, la production, la diffusion, la distribution et la valorisation des expressions culturelles provenant de leur territoire ainsi que des autres pays du monde. Le paragraphe 1.5 de cet Article encourage « l'émergence d'un secteur culturel dynamique qui tienne compte de tous les aspects des activités, biens et services culturels à travers divers modes de création, production, diffusion, distribution et accès, quels que soient les moyens et les technologies utilisés ». La mention « …quels que soient les moyens et technologies utilisés » pose ici le défi de la disponibilité des infrastructures numériques qui permettent d'accéder aux biens et services culturels dans l'environnement numérique, un défi important pour les PED où la fracture numérique persiste en raison notamment du manque d'équipements informatiques et d'infrastructures de qualité en matière de télécommunications.

La Directive précise que :

> «Tenant compte des changements technologiques en cours dans le domaine culturel (...) les Parties sont encouragées à favoriser les types d'interventions suivants : 3.1 mettre un accent particulier sur les mesures et politiques de promotion de la diversité des expressions culturelles qui sont les mieux adaptées au nouvel environnement technologique ; et 3.2 favoriser le transfert d'information et d'expertise afin d'aider les professionnels de la culture et les industries culturelles, particulièrement les jeunes, à acquérir les connaissances et les compétences requises pour tirer pleinement profit des perspectives offertes par ces nouvelles technologies. »

Elle tient compte du numérique mais, il est possible d'aller plus loin. Il faudrait aider le développement de politiques culturelles arrimées aux stratégies numériques nationales et développer des infrastructures d'accès public à Internet ainsi que des espaces culturels numériques dans ces politiques culturelles, en particulier dans les PED. Selon Gensollen, les politiques culturelles, à l'ère du numérique, devraient s'orienter vers des stratégies de promotion et de visibilité des produits culturels. Elles devraient porter à la fois sur l'aide directe à la création de contenus culturels, et sur un soutien à la méta-information, c'est-à-dire les « informations qui entourent les œuvres et qui sont nécessaires à la formation de la demande et à la consommation efficace : échantillons, compilations, descriptions, critiques, avis de consommateurs, logiciels permettant de parcourir les œuvres par affinités de goûts, prolongements de l'œuvre, produits dérivés, etc. ». (Gensollen 2012, p. 182) Une veille sur les bonnes pratiques et les politiques concernant la promotion et la protection de la diversité des expressions culturelles à l'ère du numérique serait utile.

La Directive opérationnelle de l'Article 9 est relative à l'exigence principale faite aux parties de fournir tous les quatre ans, dans leurs rapports à l'UNESCO, l'information sur les mesures prises en vue de protéger et promouvoir la diversité des expressions culturelles sur leur territoire et au niveau international et de partager cette information sur l'impact et les résultats des mesures prises. Si la Directive fait état de l'objectif de « permettre un échange d'expériences et de meilleures pratiques en vue de contribuer à la mise en œuvre de la CDEC et à son suivi » (Paragraphe 3), elle n'évoque pas comment utiliser les technologies numériques à cette fin.

Il est à noter que lors de la 7e session ordinaire du Comité (document CE/13/7.IGC/Dec.), le Comité invitait « les Parties qui doivent soumettre leurs rapports périodiques en avril 2014 et en avril 2015 à accorder, sur une base volontaire, une attention particulière à l'impact des technologies numériques sur la mise en œuvre de la CDEC, et ce, en utilisant le format actuel du Cadre des rapports périodiques quadriennaux et leurs formulaires électroniques correspondants ». (Décision 7.IGC 5, point 7)

Les rapports périodiques des Parties pourraient inclure à l'avenir la question suivante : « Décrivez comment le numérique affecte la diversité des expressions culturelles dans votre pays et comment vous adaptez vos mesures et politiques? ».

Une directive sur l'éducation et la sensibilisation du public préconise l'identification des compétences et formations manquantes, concernant notamment les nouveaux métiers liés au numérique. Le paragraphe 7 suggère l'élaboration d'instruments de sensibilisation répondant aux besoins de publics divers et incluant l'utilisation de « nouvelles technologies de l'information et de la communication ». Le paragraphe 9 insiste sur le rôle des « médias » dans la sensibilisation du public. L'évocation à titre d'exemple de campagnes spécifiques et de programmes spécialisés pouvant être diffusés par des réseaux de télévisions locales et les radios communautaires démontre que cette Directive n'intègre pas pleinement les potentialités des médias sociaux (Facebook, Twitter, YouTube…) et celles des plateformes collaboratives dans la sensibilisation et la mobilisation du public. Il conviendrait de favoriser la mise en place de programmes éducatifs pour sensibiliser les citoyens, les créateurs et les consommateurs aux enjeux de l'ère culturelle numérique et offrir des moyens d'éducation aux nouveaux formats numériques et technologiques afin de faciliter leur appropriation par les créateurs et l'ensemble des citoyens.

À l'ère du numérique, le rôle de la société civile dans la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles devrait être renforcé. Les technologies numériques offrent de nouvelles possibilités d'interaction entre les pouvoirs publics et la société civile et devraient être utilisées pour donner un nouveau souffle à la participation de celle-ci aux initiatives de protection et de promotion de la diversité des expressions culturelles. Bien que la Directive, portant sur le rôle et la participation de la société civile, souligne le potentiel qu'a la société civile de jouer un rôle novateur et d'être un agent du changement dans le cadre de la mise en œuvre de la CDEC, elle ne mentionne pas comment les technologies numériques pourraient être utilisées pour accroître le rôle et la participation de la société civile. Il semble opportun, comme le mentionne le RIJDEC, d'élaborer une stratégie qui tirerait profit des médias sociaux.

Les onze sessions de la Conférence des Parties et du Comité ont accueilli au total 42 ONG, dont seulement trois ont participé à la totalité des sessions de la Conférence des Parties et du Comité : la Fédération internationale des Coalitions pour la diversité culturelle, Tradition pour demain (un réseau qui accompagne les initiatives d'affirmation culturelle des communautés amérindiennes dans les Amériques) et le Conseil international de la musique. Par ailleurs, 31 ONG sur 42 ont participé seulement quatre fois ou moins dans les onze sessions de la Conférence des Parties et du Comité intergouvernemental, les représentants de la FICDC sont les seuls à participer de façon constante et régulière dans les débats. Nous constatons que la mise en œuvre de la CDEC reste liée à un nombre restreint d'ONG ; que les sessions de ses organes n'ont pas encore réussi à attirer de façon régulière des ONG régionales, nationales ou locales issues des PED ; et que, malgré le fait que la CDEC touche autant des aspects économiques des industries culturelles que des questions liées aux droits de l'homme et aux technologies numériques, les sessions de ses organes accueillent exclusivement des ONG en matière de culture. Il faut préciser que seules les ONG qui ont des intérêts et des activités dans les domaines de la CDEC peuvent faire une demande écrite auprès de la Directrice générale de l'UNESCO pour participer. De plus, elles ne sont éligibles que si elles répondent aux critères figurant dans l'Annexe des directives opérationnelles relatives à l'article 11.

L'article 13 porte sur le développement durable. Cette directive devrait tenir compte des répercussions qu'ont les industries culturelles actives au sein de l'environnement numérique sur la qualité des contenus culturels qu'elles mettent à disposition du public (interopérabilité sur plusieurs appareils, conservation et durabilité malgré l'évolution des technologies). L'Article 13 mentionne la prise en compte de « l'utilisation des technologies et du renforcement des systèmes de communication en réseaux » ainsi que le renforcement durable des « capacités techniques » des organisations culturelles au niveau local comme des éléments indispensables afin de favoriser l'intégration de la culture dans les politiques de développement durable.

L'article 14 liste des moyens et mesures visant à favoriser l'émergence d'un secteur culturel dynamique, à apporter une réponse aux besoins spécifiques des PED en matière de diversité des expressions culturelles et à renforcer le lien entre culture et développement. Parmi ces mesures, celles concernant le transfert de technologies dans le domaine des industries culturelles et le soutien financier retiennent notre attention. Le transfert de technologie implique en amont comme le suggère la directive 6.3.1 l'évaluation périodique des besoins technologiques tant sur le plan des infrastructures que du développement des compétences. Dans le cadre des principes de la CDEC, la notion de transfert de technologies s'inscrit dans une approche de solidarité numérique ou d'aide au développement numérique plutôt que dans une approche de commerce international, l'objectif visé étant de permettre un rééquilibrage des échanges culturels entre pays développés et pays en développement afin de permettre aux expressions culturelles provenant des pays en développement de rayonner sur le marché mondial du numérique.

Du point de vue du soutien financier, le numérique peut être un puissant levier notamment avec l'émergence de nouveaux modèles économiques fondés sur le financement participatif et la possibilité de mettre à contribution de nouveaux acteurs et de nouvelles entreprises. Il serait intéressant de constituer des pôles d'excellence en création numérique notamment dans les villes et en développement d'applications et de services numériques innovants pour la culture dont les droits de propriété intellectuelle bénéficieraient à l'industrie de la création, de la production et de la distribution de contenus numériques, de développer des réseaux d'entreprises qui intègre la diversité des expressions culturelles comme critère de leurs politiques RSE. Il faut aider les acteurs de la culture dans les PED à s'approprier les technologies du web et à maîtriser les algorithmes de recommandation utilisés par les sites Internet diffusant des contenus audiovisuels ou musicaux.

Une directive sur les modalités de collaboration ne présente pas de défis particuliers liés au numérique excepté l'utilisation des technologies numériques parmi les modalités de collaboration et de partenariats entre pays développés et pays en développement. C'est là une des grandes forces du numérique et du web 2.0

comme le mentionne le RIJDEC : « Les technologies du numérique peuvent contribuer à la mise en place de partenariats plus efficients par la facilitation du dialogue et des échanges à distance, ainsi que d'une collaboration plus approfondie et moins coûteuse… » (Guèvremont *et al.*, 2013, p.9)

Les pays développés facilitent les échanges culturels avec les PED en accordant un traitement préférentiel à leurs artistes et autres professionnels et praticiens de la culture, ainsi qu'à leurs biens et services culturels. Les principaux défis numériques liés à cette directive sur le traitement préférentiel pour les PED sont : le transfert des technologies numériques, la maîtrise de ces technologies par les créateurs de contenus culturels et les populations en général afin de faciliter leur accès aux expressions culturelles numériques ainsi que l'augmentation et le rayonnement de l'offre culturelle en provenance des PED au sein de l'environnement numérique.

Les directives opérationnelles liées à l'Article 16 ont pris en compte les défis du numérique puisqu'elles encouragent les Parties à mettre en place des cadres juridiques et institutionnels, y compris les accords et programmes bilatéraux, régionaux et multilatéraux qui apportent une assistance technique, notamment l'acquisition d'équipement, le transfert de technologies et d'expertises afin de faciliter la circulation des biens et services culturels des PED aux marchés des pays développés. Le rapport de l'UNESCO sur la mise en œuvre et l'impact des articles 16 et 21 de la CDEC sur la période 2005-2014 (UNESCO, 2014d) cite l'exemple du « Portail d'information pour les artistes en tournée en Allemagne (2013) » qui permet de centraliser des informations sur l'obtention des visas, les transports et douanes, les taxes, la sécurité sociale, les assurances et la propriété intellectuelle à l'intention des artistes, notamment ceux des pays en développement qui préparent des tournées en Allemagne (http://touring-artists.info/home.html?&L=1). Autre exemple, l'accord de coproduction audiovisuelle Canada-Inde (2014), les accords de coproduction cinématographiques de la Nouvelle-Zélande avec l'Inde (2011) et la Chine (2010) ou l'accord de coproductions de films entre l'Australie et l'Afrique du Sud (2011). Ces accords de coproduction et de codistribution élargissent le champ d'application des politiques nationales aux biens et services culturels des parties prenantes de l'accord; autrement dit, le statut national est accordé aux coproductions officielles permettant ainsi aux coproducteurs des PED d'accéder aux circuits de distribution et de diffusion ainsi qu'à des mesures de financement dans les pays développés ayant accordé ce traitement préférentiel.

En juin 2013, la Conférence des Parties a adopté une Résolution (4 CP.7) qui fait du renforcement des capacités l'une des priorités stratégiques essentielles pour la mise en œuvre de la CDEC, avec la prise en compte de l'utilisation des technologies au niveau des capacités des PED en matière de promotion et de distribution des expressions culturelles. Par ailleurs, la stratégie globale et le programme de renforcement des capacités de l'UNESCO abordent des aspects liés au numérique. Cette stratégie met l'accent sur la constitution d'une banque d'expertise, sur l'assistance technique et sur des programmes de formation adaptés aux besoins et priorités des pays bénéficiaires.

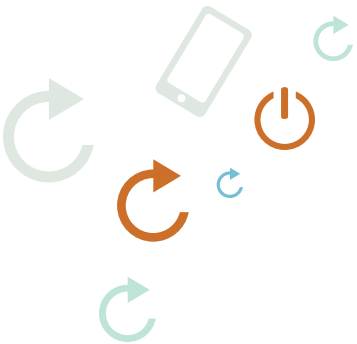
Un des constats qui se dégage de cette étude est que l'application de la CDEC à l'ère du numérique passe non seulement par l'adaptabilité des politiques culturelles nationales, mais aussi par l'accroissement de l'accès au numérique et de l'appropriation locale des nouvelles technologies. Un moyen de contribuer à l'accroissement de l'accès au numérique, notamment dans les pays qui accusent un retard à ce niveau, pourrait être la priorisation de projets de connectivité par notamment par le Fonds international pour la diversité culturelle (FIDC). Un autre moyen serait, pour les PED qui ont un bon accès au numérique, de financer des projets visant l'appropriation des technologies numérique, par les acteurs culturels.

Depuis 2010, le FIDC investit dans la créativité et l'innovation et renforce les capacités des entreprises culturelles et des industries créatives, des ONG et des agences gouvernementales en vue de favoriser le développement économique et social local. On comptabilise jusqu'à présent 78 projets financés par le FIDC dans 48 pays en développement pour un total de 5,3 millions de US$. Plus de 60 villes ont bénéficié du FIDC pour l'élaboration de politiques culturelles locales. 30% des fonds sont utilisés pour encourager les jeunes talents et 50% sont destinés au développement des capacités professionnelles, incluant les capacités en matière d'utilisation de technologies numériques notamment dans le secteur audiovisuel. De façon spécifique, plus de 15% des fonds du FIDC financent la créativité numérique et plus de 10 communautés autochtones ont pu bénéficier du numérique. Parmi les projets soutenus récemment, on note des projets tels que : « Sénégal Numérique », « Rembobiner pour avancer (Cameroun) », L'Île au Trésor (Île de Sibérut en Indonésie) ou encore Theater4Youth (Afrique du Sud). (UNESCO, 2014e)

Le FIDC pourrait davantage prioriser des projets visant à élaborer et mettre en œuvre des stratégies ou plans culturels numériques qui ont un effet direct et à long terme sur la création, la production, la diffusion d'une diversité d'activités, de biens et services culturels. Il pourrait envisager de s'appuyer sur les outils numériques pour mieux faire connaître ses programmes et valoriser les projets financés en fédérant en ligne une communauté composée d'anciens porteurs de projets et de nouveaux acteurs du numérique.

Pour soutenir les efforts du FIDC dans ce sens, il serait intéressant de développer une coopération conjointe avec le secteur privé et d'autres organismes internationaux. D'autres fonds internationaux pourraient être mis à contribution dans les efforts visant à soutenir des projets culturels numériques par exemple : le Fonds international pour la promotion de la culture (FIPC); les Fonds de l'OIF (Fonds d'aide à la production cinématographique/télévisuelle ou le futur Fonds francophone pour l'innovation numérique), le Programme d'appui UE-ACP aux industries culturelles visant à renforcer les industries créatives dans 5 pays (Fidji, Mozambique, Sénégal, Trinité Tobago et Zambie); ou encore des Fonds tels que MIMETA ou le Fonds ibéro-américain d'aide (IBERMEDIA).

À l'article 19 sur l'échange, l'analyse et la diffusion de l'information, l'UNESCO est déjà appelée à diffuser de l'information sur les meilleures pratiques. Elle doit aussi constituer et tenir à jour une banque de données concernant les différents secteurs et organismes gouvernementaux, privés et à but non lucratif, qui œuvrent dans le domaine des expressions culturelles. Cette directive se trouve confrontée à la prise en compte des défis liés à la collecte et au partage de données et d'indicateurs fiables sur l'impact ou les effets du numérique sur la diversité des expressions culturelles. La directive recommande d'utiliser au besoin les technologies de l'information et de la communication. Des initiatives et des mesures pourraient prendre la forme de plateformes en ligne de veille et de mutualisation des données sur les industries culturelles à l'ère du numérique.



Les articles de la CDEC sans directive opérationnelle

La CDEC contient neuf différents articles liés à la coopération internationale. Cinq de ces articles sont rattachés à des directives opérationnelles et quatre ne font pas l'objet de directives opérationnelles. Deux sont particulièrement importants. Il s'agit de l'article 21 sur la concertation et la coordination internationales, qui engage les Parties à promouvoir les objectifs et principes de la présente CDEC dans d'autres enceintes internationales, et de l'article 23 sur les fonctions du Comité, tenu entre autres « d'établir des procédures et autres mécanismes de consultation afin de promouvoir les objectifs et principes de la présente Convention dans d'autres enceintes internationales ». Le Comité intergouvernemental peut, toujours selon l'article 23, « inviter à tout moment des organismes publics ou privés ou des personnes physiques à participer à ses réunions en vue de les consulter sur des questions spécifiques ».

L'article 20 sur « les relations entre les autres instruments : soutien mutuel, complémentarité et non-subordination » fut un des articles les plus débattus lors de l'élaboration de la CDEC. D'un côté, certains États, notamment le Canada et la France, souhaitaient un instrument juridique international qui ait la même force contraignante que les accords de l'OMC. De l'autre, les pays voulant libéraliser les industries culturelles ne voulaient pas d'une convention internationale qui puisse subordonner les engagements de libéralisation du commerce durement négociés. Le compromis déboucha sur un article qui affirme à la fois la non-subordination de la CDEC aux autres traités ainsi que sa « non-supériorité » en précisant que « rien dans la présente ne peut être interprété comme modifiant les droits et obligations des Parties au titre d'autres traités auxquels elles sont parties » (article 20, paragraphe 2).

Une des décisions du Comité au mois de décembre 2013 portait sur la mise en œuvre de l'article 21 de la CDEC sur la Concertation et la coordination internationales et demandait au Secrétariat de l'UNESCO « de poursuivre activement ses travaux de collecte et d'analyse de l'information sur la mise en œuvre et l'impact des articles 16 et 21, grâce à des mécanismes appropriés, en prenant en compte ses débats, et de continuer à développer la plateforme en ligne et la base de données » (Décision 7.IGC 12). Le Comité a prié les Parties à appuyer le Secrétariat dans cette fonction par la mise à disposition de ressources additionnelles, y compris pour la plateforme en ligne. Nous constatons que le Secrétariat a fait un excellent travail à cet égard.

L'article 23 sur les fonctions du Comité précise, au paragraphe 6, alinéa e), que le Comité est tenu « d'établir des procédures et autres mécanismes de consultation afin de promouvoir les objectifs et principes de la présente Convention dans d'autres enceintes internationales ». À cet égard, les nouvelles collaborations entre organisations internationales devraient faire l'objet d'adoption de nouvelles procédures.

Il serait intéressant d'établir comme procédure pour faire la promotion des principes et des objectifs de la CDEC dans d'autres enceintes internationales la nomination de personnalités publiques connues dans le monde des arts et de la culture, mais aussi dans le monde des nouvelles technologies à titre d'ambassadeurs et d'ambassadrices pour qu'ils ou elles puissent porter le message de la CDEC lors des grandes rencontres internationales sur les questions touchant à la gouvernance d'Internet, la propriété intellectuelle, entre autres. Conformément à la décision prise par la Conférence des Parties en 2011, il revient aux Parties de nommer une « personnalité publique » au niveau national. Les Parties devraient faire un suivi à cet égard et agir en coopération en ce sens lorsque cela est possible.

En tant qu'instrument de solidarité internationale, la CDEC contient plusieurs dispositions visant le renforcement de la coopération entre les Parties et, en particulier, celle qui concerne les PED. Dans le contexte numérique, la CDEC peut contribuer à la mise en œuvre de nouvelles solidarités dans le but de s'assurer que les PED puissent enrichir et préserver la diversité de leurs expressions culturelles et relever les défis liés aux fractures numériques et à l'accroissement des inégalités culturelles.

En conclusion, nous pensons qu'une directive transversale pourrait favoriser la prise en compte du numérique dans l'application des articles de la CDEC qui n'ont actuellement pas de directive opérationnelle. Nous n'avons pas traité de l'article 6, mais notre conclusion de la section précédente introduisant un idéal type de politiques culturelles peut servir à spécifier une directive sur le numérique permettant le développement et la mise en oeuvre de politiques culturelles 2.0.

Une directive transversale numérique pour une culture en réseaux

La CDEC et les directives opérationnelles existantes intègrent déjà les enjeux du numérique. Par contre, le numérique nous oblige à repenser les mesures et les politiques tant au niveau des politiques publiques nationales qu'au niveau international. Une directive opérationnelle transversale sur le numérique permettrait aux Parties de reconnaître la neutralité technologique de la CDEC et d'exprimer leur engagement à tenir compte de l'importance de développer des mesures, des stratégies d'intervention et des initiatives intégrant le numérique pour soutenir la création, la production, la distribution, la diffusion et l'accès aux activités, biens et services culturels dans ce contexte nouveau. Le coût de cette opération serait minime puisqu'assez simple. La valeur ajoutée de cette directive transversale serait d'actualiser les engagements des Parties en matière de politiques publiques et de coopération internationale à l'ère du numérique, en dotant les Parties d'un outil incitatif qui affecterait l'ensemble des articles et des directives opérationnelles existantes.

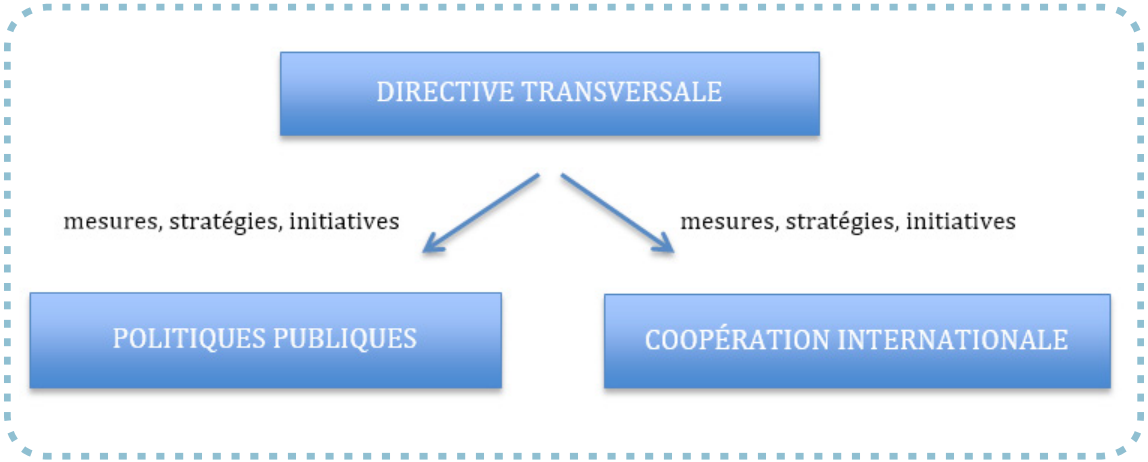
Dans un premier temps, il y a lieu de se pencher sur les moyens que peuvent prendre les États, au niveau national, pour adapter leurs politiques culturelles à l'ère du numérique. Les politiques en place répondent pour la plupart aux objectifs de la CDEC, du moins dans le contexte qui était en place lors de son élaboration, mais les États doivent réévaluer les anciennes politiques afin de les rendre suffisamment souples afin de pouvoir anticiper le futur. La dématérialisation de la distribution des biens et services culturels remet en question le principe de « territorialité » sur lequel reposent les politiques publiques actuelles. L'article 6 sur les Droits des Parties au niveau national est particulièrement concerné ici. On pourrait miser sur l'élaboration d'un guide des meilleures pratiques dans l'application des principes et des objectifs de la CDEC et inviter les Parties à transmettre les informations relatives aux industries culturelles numériques. Il s'agirait de montrer comment les États appliquent les principes et les objectifs de la CDEC pour rendre compte des changements engendrés par les nouvelles technologies. Conformément au droit souverain des États de formuler et, de mettre en œuvre des mesures et d'adopter des politiques culturelles, une directive transversale inviterait les Parties à mettre en place des politiques culturelles adaptées à l'ère numérique (articles 6, 7, 8, 17), ce qui alimenterait le partage de l'information sur les bonnes pratiques des Parties en matière de politiques, mesures, plans ou stratégies liant les industries culturelles et les nouvelles technologies (article 9). Cette directive permettrait de mettre en place des plateformes d'agrégation de contenus et de distribution nationale pour contribuer à la visibilité et à la viabilité des contenus culturels audiovisuels (article 19). Elle pourrait aussi mener à des politiques qui tiennent compte de l'importance accrue pour les Parties de développer des politiques misant sur l'engagement et la responsabilisation de la société civile et des entreprises culturelles (article 11).

Étant donné que le défi du numérique invite à dépasser les cloisonnements nationaux et à mobiliser transversalement les énergies au service de l'ambition partagée de promouvoir et de protéger la diversité des expressions culturelles, il importe de restaurer la souveraineté numérique des Parties en réaffirmant que la diversité des expressions culturelles doit être soutenue et renforcée lorsque les frontières s'estompent. Parallèlement à cette institutionnalisation de la transversalité et de la transnationalité du numérique, la nouvelle directive pourrait ainsi être déclinée à travers un ensemble de mesures spécifiques visant à appliquer à la CDEC et les directives opérationnelles existantes dans un contexte numérique.

La CDEC doit, de plus en plus, s'inscrire dans une architecture institutionnelle qui se diversifie rapidement. En ce sens, il nous semble opportun qu'une directive transversale intègre des mesures visant une coopération internationale renforcée qui s'inscrivent dans une approche fondée sur les nouveaux modèles favorisant les processus impliquant des multiparties prenantes (multistakeholder), tels que ceux adoptés dans la gouvernance d'Internet. Ces mesures incitatives inviteraient les Parties à faire face aux défies du numérique et à favoriser une telle approche en vue de faire valoir les objectifs de la CDEC dans les fo- rums qui sont jugés pertinents (articles 21 et 23).

Le Forum mondial de l'Union internationale des télécommunications, coorganisé par l'UNESCO, le PNUD, la CNUCED et d'autres agences onusiennes, rassemble

des acteurs de différents milieux et a pour objectif de discuter de la connectivité à l'Internet et des compétences techniques nécessaires pour y arriver. L'UNGIS a récemment adopté une Déclaration conjointe sur l'agenda pour le développement pour mettre les compétences des TIC des différentes institutions au service des délibérations sur les priorités post-2015. L'UNESCO pourrait établir une stratégie culturelle numérique fondée sur l'approche *multistakeholder* et en articuler avec les autres sites de gouvernance ayant un impact sur la CDEC et son effectivité.



Une Équipe spéciale sur les sociétés du savoir, dirigée par la Directrice générale de l'UNESCO et le Sous-Directeur général pour la Communication et l'information, a été créée pour renforcer les mécanismes intersectoriels et relever ce défi de manière appropriée et cohérente. Cette équipe doit assurer la cohérence de l'action de l'UNESCO pour donner corps au concept de sociétés du savoir ; coordonner les activités des divers secteurs s'employant à favoriser la mise en œuvre des six grandes orientations dans les domaines de compétence de l'UNESCO ; proposer une orientation stratégique et cohérente à l'action de l'UNESCO et à sa valeur ajoutée, compte tenu des nouveaux mécanismes voyant le jour avec le développement de la société de l'information ; conseiller la Directrice générale sur les questions clés pour l'UNESCO ayant un lien avec le développement rapide des nouvelles technologies de la communication et de l'information (TIC) ainsi qu'à leurs incidences sociétales, culturelles et éthiques ; et enfin proposer des solutions institutionnelles appropriées.

Nous recommandons à l'UNESCO de définir une stratégie numérique culturelle qui soit inclusive et concertée avec les autres parties prenantes de l'UNGIS, afin de poursuivre et de renforcer les efforts visant à aider les États parties de la CDEC de 2005 à faire face aux défis du numérique.

Plan numérique et modèle multiparticipatif d'ISOC Québec

En vertu de sa mission, ISOC Québec appuie ou s'engage dans des initiatives, projets ou événements qui contribuent à l'édification d'un Internet libre et ouvert à tous: libre d'accès, abordable, sécuritaire et multiparticipatif. Ainsi, ISOC Québec contribue à l'initiative « Un Québec branché sur le monde » qui ouvre la porte de l'Internet à des communautés régionales qui n'ont accès qu'à une offre de services minimale, souvent couteuse, déficiente, voire inexistante. À cet égard, ISOC Québec s'efforce de multiplier les initiatives qui permettent de créer un Internet public accessible à toutes les communautés. La seule façon d'être vraiment équitable, c'est d'avoir un Internet conçu pour tous et par tous.

ISOC Québec soutient aussi depuis sa création l'organisme « PointQuébec » qui gère aujourd'hui la nouvelle extension de premier niveau «.quebec». Ce nouveau registre offre un potentiel extraordinaire pour afficher son identité québécoise sur la toile (ex: www.monsite.quebec).

En 2015, ISOC Québec compte mettre en œuvre une nouvelle stratégie auprès des gouvernements fédéral et provincial. Au niveau fédéral, il faut mieux défendre l'intérêt des utilisateurs qui souhaitent un meilleur équilibre dans l'offre de services Internet, une plus grande compétitivité, un accès plus ouvert aux réseaux par davantage de prestataires de services, notamment. Enfin, au Québec où un véritable Plan numérique se fait toujours attendre, ISOC Québec propose de mettre à profit le modèle multiparticipatif de l'Internet Society et de l'CANN pour produire un Plan numérique plus porteur, plus riche et respectueux de la diversité culturelle et linguistique, qui tiendra compte de toutes les parties prenantes et non exclusivement la vision gouvernementale ou celle du secteur privé. Louis HOULE, Président d'ISOC Québec.

www

La Stratégie de la Francophonie numérique Horizon 2020

« En collaboration avec l'UNESCO et l'OMPI, l'OIF contribuera à l'émergence d'une gouvernance de la propriété intellectuelle qui soit transparente et équilibrée dans le secteur du numérique. La question de la propriété intellectuelle est, en effet, devenue un enjeu central. L'influence grandissante de l'OMPI est illustrée par les nouvelles règles qui inspirent son action et nécessitent la prise en compte des intérêts des communautés de base et des PED dans les domaines comme la modification des brevets, les droits d'auteur, l'agenda pour le développement sur la question de la propriété intellectuelle, la protection des contenus locaux multilingues, les héritages culturels et les savoirs traditionnels, etc. » (OIF, 2012, p.10)

Il importe que la CDEC trouve sa place dans le réseau interactif des traités et des systèmes de règles internationaux, ainsi que dans les accords commerciaux. Reconnaissant les positions diverses à ce sujet et les incertitudes quant à l'application des accords commerciaux dans le contexte des changements technologiques, les Parties devraient entreprendre d'analyser l'impact de la multiplication de ces accords sur la marge de manœuvre des États d'intervenir, que ce soit pour la protection ou la promotion de la DEC. Nous proposons d'opter pour une mise en œuvre souple, à l'instar de celle déjà empruntée dans le cadre de l'article 21 sur la Concertation et la coopération internationale selon laquelle les Parties seraient invitées à partager leurs pratiques dans le cadre des accords commerciaux qu'elles signent aux niveaux bilatéral, régional et international. Certaines Parties mettent déjà ce principe en application dans le cadre de l'article 21 comme le mentionne le dernier rapport sur la mise en œuvre et l'impact des articles 16 et 21.

Récapitulatif - Directive transversale

Politiques/mesures publiques	Coopération internationale
Élaborer des stratégies pour mesurer la diversité des expressions culturelles à l'ère du numérique.	Favoriser une approche multiparties prenantes en vue de faire valoir les objectifs de la CDEC dans les forums pertinents (articles 21 et 23).
Mettre en place des mesures/politiques culturelles adaptées à l'ère numérique.	Définir une stratégie numérique culturelle concertée avec les autres organisations internationales et forums sur la culture, le commerce, l'Internet et la propriété intellectuelle.
Partager de l'information sur les politiques et les bonnes pratiques des Parties en matière de politiques, mesures, ou stratégies liant les industries culturelles et le numérique.	Clarifier la question des différentes approches relativement aux services culturels dans les accords commerciaux régionaux et à l'OMC.
Mettre en place des plateformes d'agrégation de contenus et de distribution nationales pour contribuer à la visibilité des contenus culturels.	Analyser l'impact des accords commerciaux sur la marge de manœuvre des États d'intervenir et les manières de dégager plus de légitimité pour les politiques culturelles.
Développer des politiques misant sur l'engagement et la responsabilisation de la société civile et des entreprises culturelles.	Partager les meilleures pratiques dans le cadre des accords commerciaux bilatéraux, régionaux et internationaux.

Conclusion AGIR

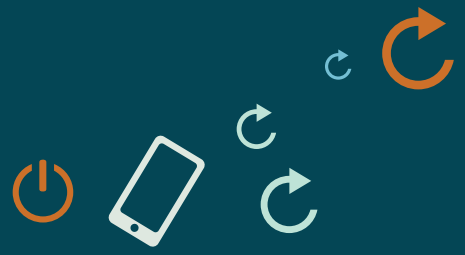
Est-ce que la CDEC représente, à l'ère du numérique, un outil qui peut être appliqué de façon efficace par les Parties pour faire face aux défis du numérique et d'en tirer tous les bénéfices? Notre étude répond positivement à cette question. Notre étude reconnaît que la CDEC est neutre sur le plan technologique. Par contre, les Parties et l'UNESCO devront faire preuve de créativité et d'audace pour créer les synergies et les interconnexions nécessaires entre les politiques, les institutions à divers paliers et les différents acteurs pour faire de l'enjeu numérique un véritable vecteur de diversification des expressions culturelles. À court terme, il importe de s'assurer que la CDEC puisse aider à ouvrir la voie à l'adaptation des pratiques et des politiques des Parties afin qu'elles puissent créer de nouvelles formes de coopération renforcée entre elles et les organisations internationales. Le numérique est un défi d'innovation sur le plan technologique. C'est un défi institutionnel et politique, c'est aussi un défi de transnationalité.

Que ce soit pour profiter pleinement des opportunités offertes par le numérique ou encore pour faire face aux défis qu'il pose, il est nécessaire de prendre des mesures politiques ou autres, aux niveaux national et international, qui peuvent créer l'environnement institutionnel requis pour que cette révolution numérique soit un véritable moteur d'innovations et de diversité des expressions culturelles. Il ne s'agit pas simplement de tenir compte du numérique dans le cadre de l'application de la CDEC, mais d'aller plus loin pour trouver les meilleures réponses et les meilleures pratiques dans un monde transformé par le numérique. La culture du numérique a transformé le monde de la culture qui est désormais de plus en plus « en réseaux » liant de nombreux systèmes, plusieurs formes et supports de contenu, et plusieurs communautés. Les changements en cours dépassent la seule dimension technologique ; ils sont géographiques, économiques, sociétaux, politiques, et humains. C'est notre rapport au monde qui change, individuellement et collectivement.

Pour l'UNESCO, l'objectif à court terme, pourrait être de mener un processus d'élaboration d'une directive opérationnelle transversale sur le numérique ou d'accompagner les États Parties dans leur démarche d'adaptation au numérique. L'objectif, à long terme, doit être d'élaborer une stratégie culturelle numérique de l'UNESCO tenant compte des interactions des trois mondes. Les mondes de la culture, celui des réseaux de transmission et le monde du commerce sont désormais, et sans contredit, en interaction. Un pas dans cette direction serait de mieux coordonner les thématiques à l'intérieur de l'UNESCO et de faire valoir les questions culturelles dans les forums et sites de

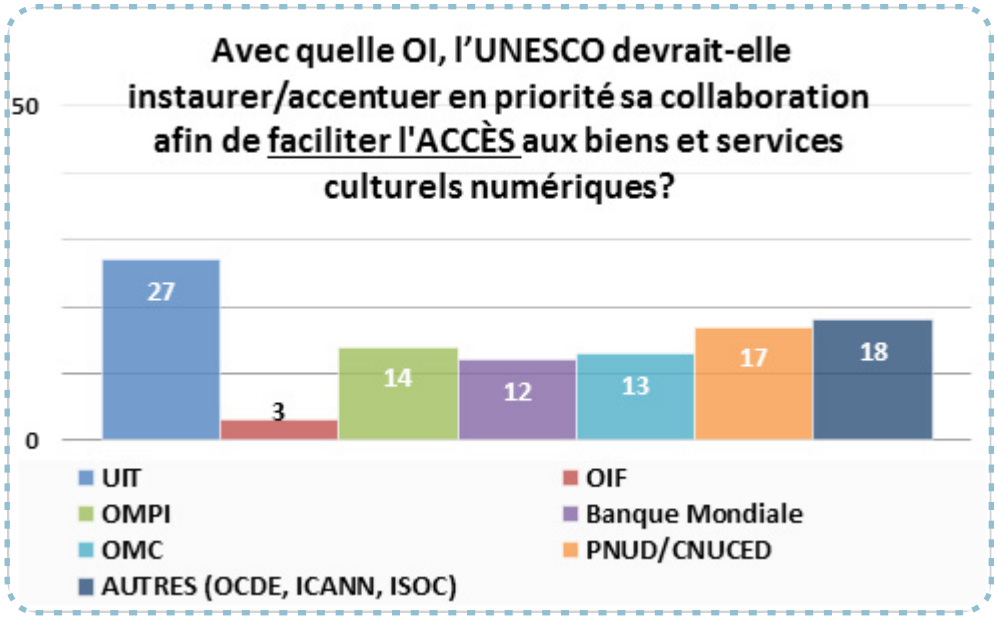
Du questionnaire, ce qu'ils ont dit :

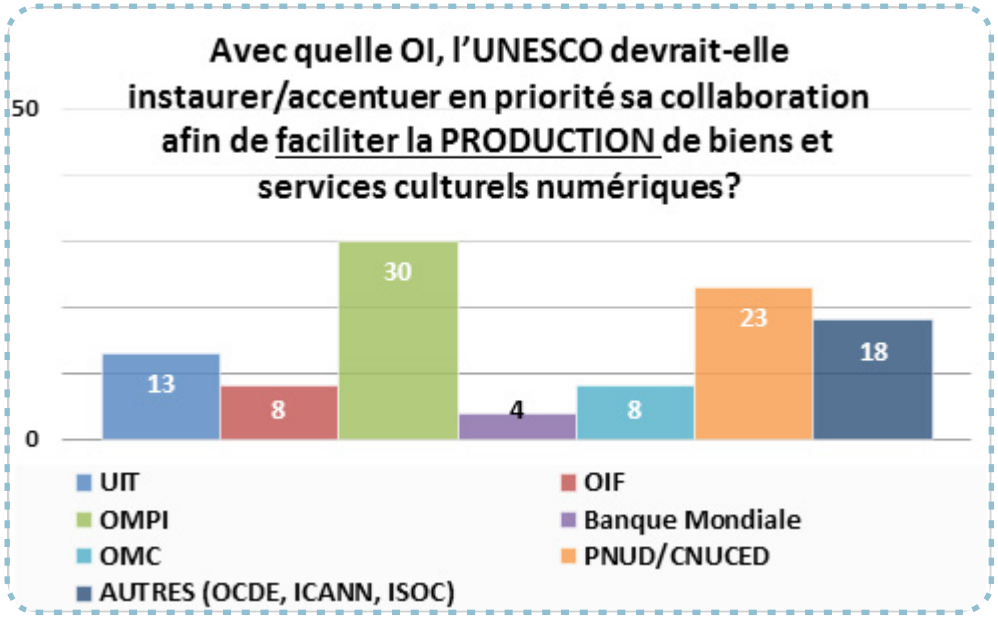
« Le numérique représente, pour les générations les plus jeunes, le principal point d'accès à l'information culturelle et à l'achat en ligne de biens culturels. »
Enseignant-chercheur, France.



gouvernance d'Internet qui sont actuellement très actifs et engager des discussions structurantes pour la culture. La CDEC et l'UNESCO doivent continuer à trouver leur place dans la gouvernance globale de la culture à l'ère numérique où de nouvelles organisations comme l'ICANN (encadré) jouent un rôle significatif.

Une directive opérationnelle transversale sur le numérique pour mettre la culture en réseaux n'est pas un passage obligé pour que les acteurs agissent. Par contre, elle ne serait pas très coûteuse et la valeur ajoutée de cette directive serait d'affirmer les principes de la CDEC à l'ère du numérique en dotant les États d'un outil qui toucherait à l'ensemble des articles et des directives opérationnelles existants. Ceci permettrait une intégration effective des préoccupations liées au numérique dans toutes les politiques culturelles adoptées par chacun des pays, à travers un processus continu, transversal et transgénérationnel.





ICANN : diversité culturelle et linguistique et l'impact du programme des nouveaux noms de domaine générique

ICANN, la Société pour l'attribution des noms de domaine et des adresses IP de l'Internet est basée en Californie et a été créée en 1997. La création de l'ICANN a été interprétée comme une manifestation de la volonté de l'État américain d'ouvrir la gestion de l'Internet au monde des affaires et aux usagers de l'Internet. Avec le lancement du programme des nouveaux noms de domaines génériques (un millier attendu d'ici fin 2015, compare aux 22 noms génériques (.COM ; .ORG, etc.) disponibles il y a un an) on peut se demander quel impact ces initiatives auraient sur la diversité culturelle et linguistique.

En fait, de par son développement exponentiel au cours des dernières années, et de par l'importance qu'il a pris sur nos vies, force est de constater que l'Internet apparait à la fois comme un outil de rupture de nos habitudes, mais également comme une plateforme d'épanouissement. L'impact qu'il a sur nos sociétés est certainement multi dimensionnel. On sait aujourd'hui qu'il y a plus de langues sur Internet qu'il n'y en avait entre 1990 et 2000 où la seule langue anglaise proposait plus de 95% du contenu sur le net. Depuis lors, tout ceci change, avec la sensibilisation des différents acteurs, la mise en œuvre progressive du programme IDN (noms de domaine internationalisés) et le nouveau programme des GTLD de l'ICANN, qui accepte les noms en scripts non romains ; on assiste à une meilleure prise en compte des diversités linguistiques et culturelles sur l'Internet. Ainsi, des noms de domaine en langue arabe ou en chinois… sont aujourd'hui accessibles. Ce programme a également permis à des minorités de réclamer leurs noms de domaine et donc leur espace virtuel sur le net. Après le .CAT pour le Catalan en 2006, c'est à présent le cas du .BZH pour le Breton en France, ou du .CYM pour la culture galloise. Des travaux sont en cours en Afrique pour la promotion du Swahili ou l'Amharique sur le net.

Cependant, il reste encore à faire pour assurer la présence de la plupart des langues et la représentation des cultures non dominantes sur l'Internet. Les défis sont encore nombreux dont les choix de stratégies et politiques appropriées au niveau des pays et communautés ; la prise en compte de la viabilité économique et la mise sur pied d'expertises diverses.

Pierre Dandjinou, Vice-Président, Afrique de l'ICANN

CONCLUSION

Internet est un agent transformateur qui déroute les usages, les pratiques, les idées, les institutions et, surtout, les pouvoirs. Ses frontières en tant qu'espace sont encore méconnues, mais chose certaine, il a fait sauter les frontières entre les États et entre les secteurs, et il a remis en cause l'efficacité des politiques et des modèles d'affaires traditionnels. D'un objet technique et scientifique, Internet est devenu économique, stratégique, social et plus récemment, Internet est devenu un objet politique et juridique. Internet attire, s'impose et il est là pour rester, bien ancré dans l'ADN des nouvelles générations. Selon l'UIT, les homo numéricus se multiplient tant et si bien que l'on parle maintenant de « générations du numérique » (digital natives) mesurées pour la première fois en 2013. (UIT, 2013c) On estime que 30% de la jeunesse du monde (15-24 ans) navigue en ligne depuis au moins cinq ans. Bien sûr, elle ne représente que 5% de la population mondiale, et il s'agit surtout de la jeunesse des pays développés, mais il y a des pays qui surprennent, comme la Corée, la Malaisie, et la Barbade avec des pourcentages de digital natives aussi élevés que les États-Unis (13% de la population totale et 95% des jeunes) et le Canada (12% de la population et 90% des jeunes). Pour ces jeunes, Internet n'est pas une nouveauté ni un défi, c'est une partie de leur identité, de leur culture, de leur ADN.

Le numérique, et Internet tout particulièrement, transforment fondamentalement l'économie de la création dans toutes ses dimensions, artistiques, sociétales et économiques. Ces transformations sont accompagnées d'opportunités et de risques pour la diversité des expressions culturelles. La CDEC doit rester un instrument au centre des actions des Parties et de l'UNESCO pour participer à l'adaptation des mesures et des politiques au virage numérique en cours afin de créer l'environnement concret et institutionnel requis pour que cette révolution numérique soit un véritable moteur d'innovations et de diversité des expressions culturelles.

Au nord comme au sud, notre constat est le même, mais des différences existent quant aux priorités d'actions. Il est, selon nous, impératif de s'approprier le numérique et de développer une stratégie pour mettre la culture « en réseaux ».

Le numérique devient un objet politique et de régulation. Appliquer les politiques et les façons de faire existantes peut être une solution, mais ce n'est pas nécessairement la meilleure manière d'agir. Les cinq défis (les 5D) du numérique nécessitent de réunir des outils de mesure et d'analyse des réalités nouvelles permettant de faire un diagnostic de la situation pour ensuite construire les consensus nécessaires pour l'action collective. Une deuxième priorité consiste à mettre en place de nouveaux processus de diplomatie internationale qui visent l'intersection et l'articulation entre trois mondes (commerce, culture, Internet) qui ont jusqu'ici évolué en silos. Ceci permettrait d'atteindre une plus grande cohérence des politiques au niveau national, comme au niveau international. Sur la base de ces deux premières priorités, une troisième priorité est d'adopter une approche proactive, voire de définir une véritable stratégie numérique qui s'inspire des bonnes pratiques émergentes pour développer des politiques culturelles 2.0 et mettre en place une coopération renforcée situant la CDEC et l'UNESCO au centre de la gouvernance globale de la culture à l'ère du numérique.

La menace est évidente : la perte, pour les États, des repères et des instruments de politiques publiques en matière culturelle. Le monde dans lequel les entreprises opèrent n'est pas le même que l'espace de régulation des États, ce qui appelle à repenser les politiques et les régulations nationales.

Une réarticulation des liens entre les deux doit être opérée si les États veulent retrouver des instruments de politiques publiques efficaces. Mais comment adapter les instruments politiques sur les territoires nationaux en vue de créer des marges de manœuvre sans pour autant favoriser la fragmentation de l'Internet et les rivalités commerciales et culturelles? La menace devient alors double : se couper du monde en érigeant des barrières qui se retournent contre nous, et s'ouvrir aux flux sans prendre des mesures adéquates pour assurer une présence et une visibilité de produits culturels diversifiés.

Pour les PED, le numérique reste au stade embryonnaire dans la plupart des pays, mais l'enjeu relatif à l'intégration du numérique dans les politiques culturelles semble compris. Les politiques et stratégies d'inclusion numérique doivent constituer une priorité transversale allant au-delà de l'accessibilité aux réseaux et services numériques afin de permettre à ces pays de tirer profit des opportunités numériques. En adoptant les technologies numériques afin d'affirmer leur capacité de production et d'exportation d'une offre culturelle diversifiée en ligne, ces pays pourraient peser dans les échanges culturels mondiaux.

La prochaine Conférence des Parties, en juin 2015, coïncide avec le 10e anniversaire de la CDEC. Ce sera l'occasion de faire preuve de créativité pour faire en sorte que la CDEC puisse valoriser les potentialités positives qu'offre le numérique pour la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles et d'en neutraliser les risques.

Le rôle de l'UNESCO et de la CDEC doit être renforcé, car le défi du numérique invite à dépasser les cloisonnements nationaux et à mobiliser les énergies au service de la promotion et de la protection de la diversité des expressions culturelles de manière transversale. L'UNESCO est l'enceinte légitime pour engager la réflexion et sensibiliser la communauté internationale et la CDEC doit être l'outil de cette réflexion et de mobilisation. Les mutations technologiques ne remettent en cause ni les principes fondateurs ni les applications concrètes de la CDEC. Ils offrent l'occasion d'en confirmer l'utilité et l'opportunité d'enrichir son contenu par l'utilisation de nouveaux outils numériques et de réaffirmer le rôle pionnier de l'UNESCO en matière de promotion et de protection de la diversité culturelle et sa crédibilité face aux autres organisations multilatérales, conformément à l'objectif de concertation et de coordination fixé par l'article 21 de la CDEC.

Les États Parties ont un rôle à jouer. Il faut, par une directive transversale sur le numérique, ou en adoptant une stratégie culturelle numérique commune : 1) Réaffirmer la neutralité technologique de la CDEC ; et 2) Répertorier et partager des exemples de transposition dans le monde numérique des politiques publiques de régulation culturelle énumérées à l'article 6 de la CDEC en soutien à la diversité des expressions culturelles. En documentant les pratiques novatrices menées sur leur territoire dans l'optique de les valoriser et de les promouvoir dans l'enceinte de l'UNESCO, ils confèreront ainsi à l'UNESCO le rôle de forum/laboratoire des bonnes pratiques. Ces bonnes pratiques peuvent concerner les indicateurs de mesure de la diversité des expressions culturelles à l'ère du numérique et de son évolution (exemple : évolution sur un temps long de la part de marché des filmographies nationales et étrangères), les politiques publiques culturelles, les stratégies et plans numériques, les différentes plateformes et réseaux visant les différents aspects de la CDEC, les politiques fiscales et réglementaires, les négociations commerciales internationales, la mobilisation de la société civile et des entreprises (responsabilité sociale des entreprises). Au niveau de la solidarité et de la cohérence au niveau international, il importe de 1) traduire à l'ère du numérique les engagements de l'article 14 de la CDEC pour permettre à tous les pays de réussir leur entrée à l'ère du numérique et faire de cet outil un vecteur de développement et de résorption des inégalités culturelles ; et 2) de renforcer le dialogue et la coopération entre l'UNESCO et les autres instances internationales concernées par le numérique.

Bibliographie

ADISQ, 2014, *État des lieux de l'industrie québécoise de la musique*, Association québécoise de l'industrie du disque, du spectable et de la video, 36p. [En ligne] http://www.adisq.com/pdf/etat_des_lieux_industrie_musique_juin14.pdf

AFDEL, RENAISSANCE NUMÉRIQUE, 2014, *Le numérique, une chance pour la culture*, Forum de Tokyo, Paris, 142p. [En ligne] https://www.dropbox.com/s/4n71pmn8rtynbry/LB_CULTURE_AFDEL_RENAISSANCENUMERIQUE_VF_BASSEDEF.pdf?dl=0

AGENCE FRANCE-PRESSE, 2014, LaPresse.ca, *Démantèlement symbolique de Google en Europe?*, [En ligne] http://techno.lapresse.ca/nouvelles/internet/201411/26/01-4822554-demantelement-symbolique-de-google-en-europe.php

ALZOUMA G., 2008, « Téléphone mobile, Internet et développement : l'Afrique dans la société de l'information? ». In *tic&société*, Vol. 2, n° 2, p.39. [En ligne] http://ticetsociete.revues.org/488

ANTONELLI C., 1991, *La diffusion des télécommunications de pointe dans les pays en développement,* Paris, OCDE, 120 p.

ATTALI J., 2014, *La francophonie et la francophilie : moteurs de développement durable*, Paris, 246p. [En ligne] http://www.elysee.fr/assets/Uploads/Rapport-Jacques-Attali-la-francophonie-conomique.pdf

BEAUDOIN L., 2014, *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles : impacts et enjeux du numérique.* Rapport remis à l'Organisation Internationale de la Francophonie, Paris, 25p [En ligne] http://cdc-ccd.org/IMG/pdf/Francophonie_Rapport_final_Convention_dc_2005_19_mai_2014_2_.pdf

BEKHUIS H., MEULEMAN R. et LUBBERS M., 2013, « Globalization and Support for National Cultural Protectionism from a Cross-National Perspective », *European Sociological Review*, vol. 29, n°5, pp. 1040-1052

BENGHOZI P-J., 2011, *L'économie de la culture à l'heure d'internet: le deuxième choc,* Paris, Esprit, 11p.

BEUVE-MÉRY A., 2014, « Embellie sur le marché de la musique en 2013 », *Le Monde*, 3 févr. 2014, [En ligne] http://www.lemonde.fr/economie/article/2014/02/03/embellie-sur-le-marche-de-la-musique-en-2013_4358959_3234.html

BOURREAU, R., GENSOLLEN M., MOREAU F. et WAELBROECK P., 2012, Selling Less of More? The Impact of Digitization on Record Companies, (27 février) [En ligne]: http://ssrn.com/abstract=2011854 ou http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2011854

BUREAU OF ECONOMIC ANALYSIS, 2014, *Industry Data,* U.S. Department of Commerce. [En ligne] http://www.bea.gov/iTable/iTable.cfm?ReqID=51&step=1#reqid=51&step=51&isuri=1&5114=a&5102=5

BURRI M., et COTTIER T., (eds.), 2012, *Trade Governance in the Digital Age: World Trade Forum*, New York, Cambridge University Press, 475p.

BYUN J. et LEE S., 2013, « Study on Controversial Issues Related to Network Neutrality in Leading Countries, Focusing on Economic Efficiency and User Protection», *Technology Management for Emerging Technologies – 2013 Proceedings of PICMET'13*, pp. 2784-2794.

CALQ, 2011, *Faire rayonner la culture québécoise dans l'univers numérique. Éléments pour une stratégie numérique de la culture*, Rapport du Conseil des arts et des lettres du Québec déposé à la ministre de la Culture, des Communications et de la Condition féminine du Québec, 37p. [En ligne] http://www.calq.gouv.qc.ca/publications/numerique-20111111rapportcalq.pdf

CAMMAERTS B., MANSELL R. et MENG B., 2011, *Creative Destruction and Copyright Protection: Regulatory Responses to File-Sharing*, LSE Media Policy Project. [En ligne] http://www.lse.ac.uk/media%40lse/documents/MPP/LSEMPPBrief1.pdf

CASTELLS M., 1998, *La société en réseaux*. L'ère de l'information I, Paris, Fayard, 613 p.

CESE, 2014, *Pour un renouveau des politiques publiques de la culture*, Paris, Conseil économique, social et environnemental, Les Éditions des Journaux officiels, 104p. [En ligne] http://www.lecese.fr/sites/default/files/pdf/Fiches/2014/FI11_renouveau_politiques_culture.pdf

CHARTRON G. et MOREAU F., Culture-Médias & Numérique, Rapport de ARP-ANR, 18 p. [En ligne] http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00734577/document

CHOI J.P. et KIM B.C., 2010, Net neutrality and investment incentives, *The RAND Journal of Economics,* vol. 41, no. 3, pp. 446-471.

CNUCED, 2010, C*reative Economy Report 2010. Creative Economy: A Feasible Development Option*, New York, Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement, 393p. [En ligne] http://www.unctad.org/en/docs/ditctab20103_en.pdf

CNUCED, 2010, *Partenariat sur la Mesure des TIC au Service du Développement : Indicateurs fondamentaux de TICS,* 76 p. [En ligne] http://new.unctad.org/upload/docs/ICT_CORE-2010_FR.pdf

CNUCED, 2008, *Rapport sur l'économie créative 2008,* New York, Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement, 49p. [En ligne] http://unctad.org/fr/docs/ditc20082ceroverview_fr.pdf

CNUCED, 2003, *Rapport sur le commerce électronique et le développement de 2003*, New York et Genève, Nations Unies, 2003, 248 p. [En ligne] http://unctad.org/fr/docs/ecdr2003_fr.pdf

COMMISSION DE LA SCIENCE ET DE LA TECHNIQUE AU SERVICE DU DEVELOPPEMENT, 2008, *Politiques privilégiant le développement en vue de l'édification d'une société de l'information ouverte sur le plan socioéconomique, notamment pour ce qui est de l'accès, des infrastructures et de la création d'un cadre favorable*, Rapport du Secrétaire général, Genève, Conseil économique et social des Nations Unies, E/CN.16/2008/3. [En ligne] http://unctad.org/fr/docs/ecn162008d3_fr.pdf

CONSEIL D'ÉTAT FRANÇAIS, 2014, Rapport du Conseil d'État de France, *Le numérique et les droits fondamentaux*, Étude annuelle 2014, n°65, Paris, La documentation française, 434p. [En ligne] http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/144000541/0000.pdf

CTIC, 2013, *Économie des applications au Québec : Pour le développement d'une économie des applications en soutien à l'industrie des contenus numériques,* Montréal, Conseil des technologies de l'information et des communications (ICTC-CTIC), Bureau du cinéma et de la télévision du Québec et ACTIONMtl, 20 p. [En ligne] http://www.bctq.ca/uploads/files/PDF/memoire_economie_application_contenu_numerique_mars-2013.pdf

DEBLOCK C. et RIOUX M., 2013, *De la nationalisation du monde à la globalisation*, Québec, Presses de l'Université Laval, 2013, 76 p.

DRÜCKE F., 2014, In Germany, 75% of the music market is physical, The Media Shaker [En ligne] http://themediashaker.com/en/list-of-articles/florian-drucke-in-germany-75-of-the-music-market-is-physical/

ECONOMIDES N. et E. HERMALIN B., 2012, «The Economics of Network Neutrality», *RAND Journal of Economics*, vol. 43, no 4, pp. 602-629.

FONDS DES MÉDIAS CANADIENS (FMC), 2013, *Rapport sur les tendances 2013 : vers une accessibilité accrue*, 16p. [En ligne] http://www.cmf-fmc.ca/uploads/reports/37-rapport-tendances-accessibilite-accrue.pdf

FORUM D'AVIGNON, 2014, *Comment diffuseurs et institutions culturelles doivent-ils se réformer à l'ère du numérique?*, Étude de Kurt Salmon pour le Forum d'Avignon, Paris, 36 p. [En ligne] http://www.forum-avignon.org/sites/default/files/editeur/2014-Forum_Avignon-FR_BD2.pdf

FORUM D'AVIGNON, 2013, *Comportements culturels et données personnelles au cœur du Big data : Entre la nécessaire protection et une exploitation au service des nouveaux équilibres économiques*, Étude Ernst & Young pour le Forum d'Avignon, Paris, 52 p. [En ligne] http://www.forum-avignon.org/sites/default/files/editeur/FINALE_Etude_EY-FA_Big_data_251113.pdf

FORUM D'AVIGNON, 2013, *Big Data, Big Culture? Le pouvoir grandissant de la Data et ses perspectives pour l'économie de la Culture*, Étude l'Atelier BNP Paribas pour le Forum d'Avignon, Paris, 85 p. [En ligne] http://www.forum-avignon.org/sites/default/files/editeur/EtudeATELIER_FA_2013.pdf

FORUM MONDIAL ÉCONOMIQUE (FEM), 2014, *The Global Information Technology Report 2014 : Rewards and Risks of Big Data*. [En ligne] http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalInformationTechnology_Report_2014.pdf

FRAU-MEIGS D. et KIYINDOU A., (sous la dir. de), 2014, *Diversité culturelle à l'ère du numérique. Glossaire critique*, Paris, La Documentation française, 322 p.

FULSSACK J., KIYINDOU A. et MATHIEN M., 2005, Fracture numérique, *Société de l'information. Glossaire critique*, Paris, La Documentation française, 164p. [En ligne] http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/IMG/pdf/Glossaire_Critique.pdf

GAGNÉ, G., CÔTÉ R. et DEBLOCK C., 2004, *Les récents accords de libre-échange conclus par les États-Unis: une menace à la diversité culturelle*, Rapport, Agence intergouvernementale de la Francophonie. [En ligne] http://www.francophonie.org/IMG/pdf/accords_libre-echange_US_-_menace_pour_la_div_cult.pdf

GARSIDE J., 2014, From Google to Amazon: EU gœs to war against power of US digital giants, *Guardian*. [En ligne] http://www.theguardian.com/technology/2014/jul/06/google-amazon-europe-gœs-to-war-power-digital-giants

GENSOLLEN M., 2012, « Défense de la diversité culturelle : variété ou dialogue? », *Réseaux*, vol. 5, no 175, pp.175 – 203.

GIBLIN R., 2013, "Was the High Court in iiNet right to be chary of a common law graduated response?" *Media and Arts Law Review*, vol. 18, no 4, 283-309.

GOUVERNEMENT DU MEXIQUE, 2013, *National Digital Strategy*. [En ligne] http://embamex.sre.gob.mx/italia/images/pdf/national%20digital%20strategy.pdf

GUÈVREMONT V., 2013, *Réflexion préliminaire sur la mise en œuvre de la Convention sur la protection et le promotion de la diversité des expressions culturelles à l'ère du numérique,* RIJDEC, Québec, 30p. [En ligne] http://www.cdc-ccd.org/IMG/pdf/Rapport_sur_la_DEC_et_le_numerique_-_Version_finale_-_francais_.pdf .

GUÈVREMONT V., BERNIER I., BURRI M., CORNU M., RICHIERI HANANIA L., et RUIZ FABRI H., 2013, *La mise en œuvre de la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles à l'ère numérique: Enjeux, actions prioritaires et recommandations,* Rapport du Réseau international des juristes pour la diversité des expressions culturelles (RIJDEC) présenté au Comité intergouvernemental de la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles 7e session ordinaire, Paris, 76p. [En ligne] http://www.diversite-culturelle.qc.ca/fileadmin/documents/pdf/Rapport_du_RIJDEC_-_Version_francaise_-_4_decembre_2013.pdf

GUO H., CHENG H. et BANDYOPADHYAY S., 2012, "Net Neutrality, Broadband Market Coverage, and Innovation at the Edge", *Decision Sciences Journal*, vol. 43, no. 1, pp. 141-172.

HADOPI, 2014, *Étude qualitative sur les perceptions des décisions de justice (de type fermeture) par les consommateurs illicites : Synthèse des résultats*, Paris, Haute Autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur Internet, 16p. [En ligne] http://www.youscribe.com/catalogue/tous/ressources-professionnelles/analyses-et-etudes-sectorielles/perceptions-des-decisions-de-justice-type-fermeture-par-les-2517368

IBBITSON J., 2014, *The End of Cultural Protectionism*, Blog Centre for International Governance Innovation, [En ligne] https://www.cigionline.org/blogs/john-ibbitsons-blog/end-of-cultural-protectionism

ICHBIAH D., 2013, *Les nouvelles superpuissances*, Paris, First Interactive, 464 p.

IFPI, 2014, *Digital Music Report 2014 : Lighting up new markets*, International Federation of the Phonographic Industry, 48p. [En ligne] http://www.snepmusique.com/wp-content/uploads/2014/03/Digital-Music-Report-2014.pdf

Inside U.S. Trade, 2014, *Trade Committee Leaders Warn of TTIP Fallout from EU Digital Resolution,* 28 novembre.

ISOC, 2014, *Vers un développement collaboratif d'Internet : Le point de vue de l'Internet Society sur la Conférence de plénipotentiaires 2014 de l'UIT*, Genève, Internet Society. [En ligne] http://www.internetsociety.org/sites/default/files/ISOC%20PP-14_FINAL_FRENCH%20%281%29.pdf

IORDANOVA D. et CUNNINGHAM S., 2012, *Digital disruption: Cinema moves on-line*. St Andrews, Scotland, St Andrews Film Studies, 234 p.

JENSEN M., 2009, *Promoting the Use of Internet Exchange Points: A Guide to Policy, Management, and Technical Issues*, Internet Society Report. [En ligne] http://www.internetsociety.org/sites/default/files/promote-ixp-guide_0.pdf

KIM Y., KELLY T., et RAJA S., 2010, *Building Broadband: Strategies and Policies for the Developing World*, Washington, D. C., World Bank Publications, 155 p.

KIYINDOU A., 2013, De la diversité à la fracture créative : une autre approche de la fracture numérique, *Revue française des Sciences de l'information et de la Communication*, vol. 2. [En ligne] http://rfsic.revues.org/288

KRÄMER J., WIEWIORRA L. et WEINHARDT C., 2013, "Net neutrality: A progress Report", *Telecommunications Policy,* vol. 37, no 9, pp. 794–813.

KULESZ O., 2014, *Analyse des rapports périodiques des Parties et des tendances numériques contemporaines*, Document d'information de la 8ème session ordinaire du Comité intergouvernemental de l'Unesco pour la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles, Paris, UNESCO, 21p. [En ligne] http://fr.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/8%20IGC-INF%205_Digital_FR.pdf

LEMOINE P., 2014, *La Nouvelle Grammaire du succès*. La transformation numérique de l'économie française, 328p. [En ligne] https://stample.co/assets/transnum/Rapport-Mission-Lemoine-Nov-2014.pdf

LESCURE P., 2013, Mission « Acte II de l'exception culturelle », (Tome 1 et Tome 2), 486p. et 283p. [En ligne] http://www.culturecommunication.gouv.fr/var/culture/storage/culture_mag/rapport_lescure/index.htm#/

MATAROSSO F. et LANDRY C., 1999, *Politique culturelle : vingt et un enjeux stratégiques*, Note politique numéro 4, Unité de recherche et de développement sur les politiques culturelles, Strasbourg, Éditions du Conseil de l'Europe, 68p. [En ligne] http://www.cœ.int/t/dg4/cultureheritage/culture/resources/Publications/92-871-3861-3.pdf

MERKEL, C., 2014, *Évaluation des politiques et des mesures visant à améliorer la diversité des médias, y compris au moyen du service public de radiodiffusion*, Document d'information de la 8e session ordinaire du Comité intergouvernemental de l'Unesco pour la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles, Paris, Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture, 26p. [En ligne] http://fr.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/8%20IGC-INF%206_PSB_FR.pdf

MCCQ, 2014, *Stratégie numérique culturelle du Québec : Pour occuper l'espace numérique, Québec*, Ministère de la culture et des communications du Québec, 20 p. [En ligne] https://www.mcc.gouv.qc.ca/fileadmin/documents/Strategie_culturelle_numerique/MCC-StrategieNumerique-HR.pdf

MUSIANI F., SCHAFER V., et LE CROSNIER H., 2012, "Net Neutrality as an Internet Governance Issue: The Globalization of an American-Born Debate", *Revue française d'études américaines*, vol. 4, no 134, pp. 47-63.

MUSITELLI, J., 2014, "Postface. La diversité culturelle et le numérique: un nouveau défi pour l'UNESCO", dans *Diversité culturelle à l'ère du numérique. Glossaire critique,* sous la dir. de D. FRAU-MEIGS et A. KIYINDOU, Paris, La Documentation française, pp. 305-312.

MUSITELLI J., 2013, *La Convention de 2005 et l'Acte II de la diversité culturelle*, Suites de la 4ème Conférence des Parties, Note pour l'UNESCO, Paris, 10p.

NGUYEN G., 2011, « Souveraineté nationale et intégration européenne face à l'universalisme d'Internet », *Quaderni*, no 75, pp. 29-38.

OBSERVATOIRE DE LA CULTURE DU QUÉBEC, 2014, Les ventes d'enregistrements sonores au Québec en 2013, par C. Fortier, *Optique culture*, no 31, 20p. [En ligne] http://www.bdso.gouv.qc.ca/docs-ken/multimedia/PB01600FR_VentesEnrSon2013H00F00.pdf

OIF, 2014, *Résolution sur la Convention de l'UNESCO sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles*, XVe Conférence des chefs d'État et de gouvernement des pays ayant le français en partage, Dakar, Sénégal. [En ligne] http://www.francophonie.org/IMG/pdf/sommet_xv_4_resol_convention_unesco_2014.pdf

OIF, 2012, *Agir pour la diversité dans la société de l'information. Horizon 2020 : Stratégie de la Francophonie numérique*, 15p. [En ligne] http://www.francophonie.org/IMG/pdf/horizon_2020_-_strategie_de_la_francophonie_numerique.pdf

OIF, 2010, *Profil culturel des pays du Sud, membres de la Francophonie : Un aperçu de trois pays de l'UEMOA*, Le Burkina Faso, la Côte d'Ivoire, le Sénégal, 68p. [En ligne] http://www.francophonie.org/IMG/pdf/Profil_OIF_UEMOA_vlegere.pdf

OMC, 2014, *Le commerce électronique : Note d'information. Work continues on issues needing clarification*, Programme de travail sur le commerce électronique adopté à Genève, 25 septembre 1998 et mis à jour en 2014. [En ligne] http://www.wto.org/french/tratop_f/ecom_f/ecom_briefnote_f.htm

OMC, 2011, *Participation efficace des pays en développement au commerce électronique, en tant que moyen de lutte contre la pauvreté*, Communication de Cuba, l'Équateur et le Nicaragua au Conseil général, Genève, 9p. [En ligne] https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/FE_Search/DDFDocuments/102538/R/WT/COMTD/W179.pdf

ORANGE, 2013, *Corporate Social Responsibility 2013 Complete Report*, [En ligne] http://www.orange.com/en/content/download/23330/480379/version/3/file/Orange_2013_CSR_report.pdf

PARLEMENT EUROPÉEN, 2014, *Marché unique numérique*, Édition provisoire, P8_TA-PROV(2014)0071, Strasbourg. [En ligne] http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=TA&language=FR&reference=P8-TA-2014-0071

PNUD, 2001, *Mettre les nouvelles technologies au service du développement humain*, Rapport mondial sur le développement humain 2001, Bruxelles, Université De Bœck, 262p. [En ligne] http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr_2001_fr.pdf

PwC, 2014, *Global Data Insights, Global Entertainment Media Outlook 2014-2018*, Price Waterhouse Coopers. [En ligne] http://www.pwc.com/gx/en/global-entertainment-media-outlook/

PwC, 2012, *Évaluation de l'Espace de visionnage en ligne ONF.ca : Évaluation de la pertinence, du rendement et de l'efficacité de l'Espace de visionnage en ligne ONF.ca*, Price Waterhouse Coopers, 50p. [En ligne] http://onf-nfb.gc.ca/medias/download/documents/pdf/2012_Evaluation-ONF_ca.pdf

RICHIERI HANANIA L., 2014, *Cultural diversity in international law: Effectiveness and normativity of the 2005 Convention on Diversity of Cultural Expressions*, Londres: Routledge, 320p.

RIFKIN J., 2000, *L'âge de l'accès*, Paris, La Découverte, 396 p.

SANDVINE, 2014, *Global Internet Phenomena Report 1h 2014*, mars. [En ligne] https://www.sandvine.com/downloads/general/global-internet-phenomena/2014/1h-2014-global-internet-phenomena-report.pdf

SCHUMPETER J., *Capitalisme, socialisme et démocratie*, Paris, Payot, 1951, 464p.

SEIBT S. X. 2014, *Netflix, le culte du Big Data : la traque des habitudes du téléspectateur*, France 24 [En ligne] http://www.france24.com/fr/20140521-netflix-france-big-data-house-cards-television-algorithme-recommandation-Internet-svod/

SEKHAR A. et STEINKAMP A., 2010, *Mapping cultural diversity: Good Practices from around the Globe*, German Commission for UNESCO, 148p. [En ligne] http://www.unesco.de/fileadmin/medien/Dokumente/Kultur/U40/Mapping_Cultural_Diversity_FINAL.pdf

SEVERINO J-M. et RAY O., 2011, *Le Temps de l'Afrique*, Paris, Éditions Odile Jacob, p.185

SODEC, 2011, Porte grande ouverte sur le numérique. Rapport sur la consultation Option culture, virage numérique, Société de développement des entreprises culturelles, 43p. [En ligne] http://www.sodec.gouv.qc.ca/documentnumerique2011.pdf

SYNDICAT NATIONAL DE L'ÉDITION PHONOGRAPHIQUE (SNEP) 2014, *L'économie de la production musicale*. [En ligne] http://www.snepmusique.com/wp-content/uploads/2014/06/SNEP-2014-GUIDE-ECO-WEB2.pdf

STEINMUELLLER E., « Les TIC et les possibilités pour les pays en développement de brûler les étapes », *Revue internationale du travail*, vol. 140, no 2, p. 239-258, 2001.

TARROW S. et McADAM D., "Scale Shift in Transnational Contention", dans *Transnational Protest and Global Activism*, sous la dir. de Donatella Della Porta et Sydney Tarrow, MC: Lanham, p. 121-147

UNESCO, 2014a, *Indicateurs de la culture pour le développement : Manuel méthodologique*, Paris, Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture, 130p. [En ligne] http://www.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-fr

UNESCO, 2014b, *Rapports périodiques quadriennaux : nouveaux rapports et résumé analytique*, Document de travail de la 8eme session ordinaire du Comité intergouvernemental de l'UNESCO pour la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles, Paris, UNESCO, 21p. [En ligne] http://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/8IGC_7a_analysis_periodic_reportst_FR.pdf

UNESCO, 2014c, *État de situation et suite à donner aux enjeux du numérique*. Document de travail CE/14/8.IGC/12, 8eme session ordinaire du Comité intergouvernemental de l'UNESCO pour la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles, Paris, UNESCO, 4p. [En ligne] http://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/8IGC_12_Numerique_FR.pdf

UNESCO, 2014d, *Traitement préférentiel et Concertation et coordination internationales : rapport sur la mise en œuvre et l'impact des articles 16 et 21 de la Convention*. Document de travail de la 8eme session ordinaire du Comité intergouvernemental pour la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles, Paris, UNESCO, 38 p. [En ligne] http://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/8IGC_11_impact_articles_16_et_21_fr.pdf

UNESCO, 2014e, *Rapport du Secrétariat sur la mise en œuvre du Fonds international pour la diversité culturelle (FIDC)*, Document de travail de la 8e session ordinaire du Comité intergouvernemental pour la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles, Paris, UNESCO, 32 p. [En ligne] http://fr.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/8IGC_8_IFCD_implementation_report_FR_2.pdf

UNESCO, PNUD, 2013, *Creative Economy Report: Widening Local Development Pathways*, New York et Paris, Programme des Nations Unies pour le développement et UNESCO, 186p. [En ligne] http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf

UIT, 2014, *Documents finals de la manifestation de haut niveau SMSI+10*, Sommet mondial sur la société de l'information, Union internationale des télécommunications, Genève, 50p. [En ligne] : http://www.itu.int/wsis/implementation/2014/forum/inc/doc/outcome/362828V2F.pdf

UIT, 2013a, *Mesurer la société de l'information, Résumé analytique 2013*, Union internationale des télécommunications. [En ligne] http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/mis2013/MIS2013-exec-sum_F.pdf

UIT, 2013b, *The World in 2013: ICT facts and figures*, Union internationale des télécommunications. [En ligne] http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2013-e.pdf

UIT, 2013c, *Measuring the Information Society*, Union internationale des télécommunications, Genève, 236p. [En ligne] http://www.itu.int/en/ITUD/Statistics/Documents/publications/mis2013/MIS2013_without_Annex_4.pdf

VLASSIS A. et RICHIERI HANANIA. L., 2014, Effects of the Convention on trade negotiations, dans *Cultural diversity in international law: Effectiveness and normativity of the 2005 Convention on Diversity of Cultural Expressions*, sous la direction de Richieri Hanania L., Londres, Routledge, pp. 25-39.

WUNSCH-VINCENT S., 2003, "The Digital Trade Agenda of the U.S.: Parallel Tracks of Bilateral", Regional and Multilateral Liberalization, *Aussenwirtchaft*, vol. 58, no 1, pp. 7-46.

YONG JIN D., 2011, "A critical analysis of US cultural policy in the global film market: nation states and FTAs", *International communication gazette*, vol. 73, no 8, pp. 651-669.

ZWILLENBERG P., FIELD D. et DEAN D., 2014, *Greasing the Wheels of the Internet Economy,* The Boston Consulting Group. [En ligne] https://www.icann.org/en/system/files/files/bcg-internet-economy-27jan14-en.pdf

Annexe 1 - Résultats du questionnaire en ligne

Le questionnaire

Ce sondage contient plusieurs types de questions : Catégorique (un seul choix parmi une liste) ; Champs personnalisés (remplir une série de champs tels que des listes déroulantes) ; Choix multiples (plus d'un choix parmi une liste de modalités proposées) ; Classement ou échelle d'évaluation (classer par ordre de préférence ou d'importance dans une liste) ; Matrice (remplir un tableau) ; Texte (fournir une réponse/commentaire ou description en texte).

Les quatre parties sont :

- Partie I : Les enjeux et opportunités du numérique pour la diversité des expressions culturelles ;
- Partie II : Les politiques culturelles en lien avec le numérique ;
- Partie III : L'importance de la coopération internationale pour la diversité des expressions culturelles à l'ère du numérique ;
- Partie IV : Les technologies numériques et la diversité des expressions culturelles.

Voir l'intégralité du questionnaire : http://www.ceim.uqam.ca/IMG/pdf/le-questionnaire.pdf

Partie I - Les enjeux et opportunités du numérique pour la CDEC

Le numérique, et en particulier l'Internet, représente un enjeu pour:

	En accord	Neutre	En désaccord
La création/production de biens et services culturels	112	16	19
La distribution/diffusion de biens et services culturels	117	11	19
La consommation de biens et services culturels	108	15	24
La formation et le renforcement des capacités des acteurs culturels	102	21	24
L'éducation et la sensibilisation du public à la DEC	102	17	28

- Les enjeux du numérique pour les industries culturelles sont considérés importants dans toutes les dimensions des activités culturelles.
- 73,6% des participants à l'enquête s'accordent sur le fait que les enjeux du numérique affectent les biens et services culturels.
- Dans les pays développés, 86,7% des répondants (soit 72 personnes sur 83) soutiennent que le numérique constitue un enjeu pour la distribution/diffusion de biens et services culturels. Ce pourcentage est de 70% dans les PED.
- Dans les PED, 75% des répondants (dont 80% des pays africains) sont préoccupés par l'enjeu de la création/production des biens et services culturels.

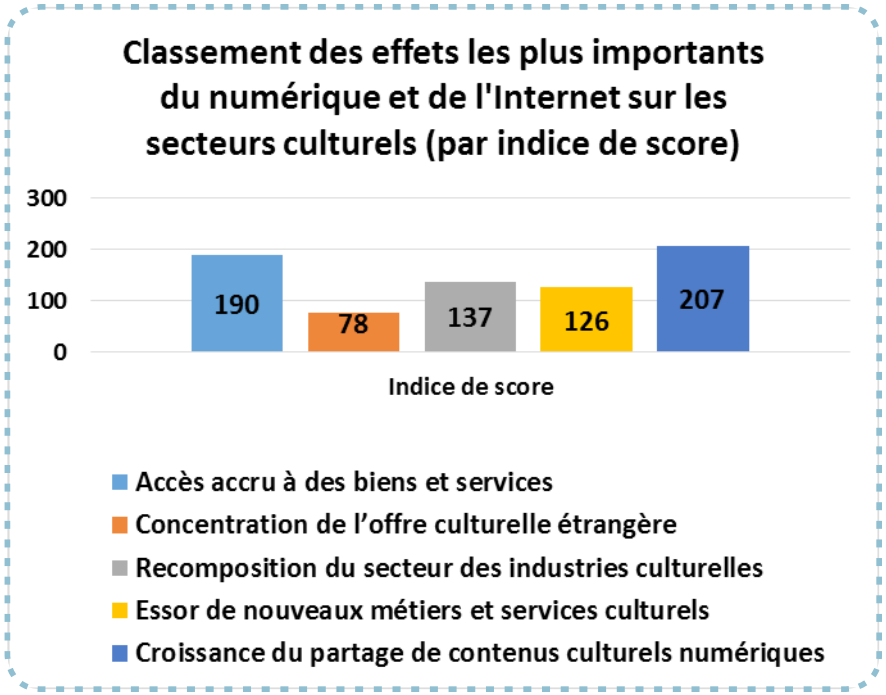
Depuis l'avènement du numérique et de l'Internet dans votre pays, vous avez constaté :

	En accord	Neutre	En désaccord
Une augmentation de l'offre culturelle étrangère dans votre pays	102	24	14
Une augmentation de l'offre culturelle nationale	86	30	24
Une augmentation du rayonnement à l'étranger de produits culturels nationaux	92	33	15
Une situation d'équilibre entre l'offre culturelle nationale et étrangère	27	52	61

- 54% des répondants considèrent que le numérique a un effet positif pour la diversité des expressions culturelles.
- Selon 73% des répondants, l'augmentation de l'offre culturelle étrangère est plus importante que celle de l'offre locale (61% des répondants). L'augmentation de l'offre culturelle étrangère est constatée par 77% des répondants des PED.
- 85% des personnes qui déclarent n'avoir pas constaté une augmentation de l'offre culturelle étrangère sont originaires des pays d'Europe et d'Amérique du Nord. Par ailleurs, 63% des répondants des pays développés indiquent une augmentation du rayonnement à l'étranger des biens et services culturels de leurs pays.
- 81% de l'ensemble des répondants sont soit en désaccord (44%) soit neutre (37%) par rapport à une situation d'équilibre entre l'offre culturelle nationale et étrangère. Parmi ces personnes, on note 75% des répondants des PED.

La croissance du partage et l'accès aux contenus culturels en ligne constituent les effets les plus importants du numérique et de l'Internet sur le secteur culturel dans de nombreux pays

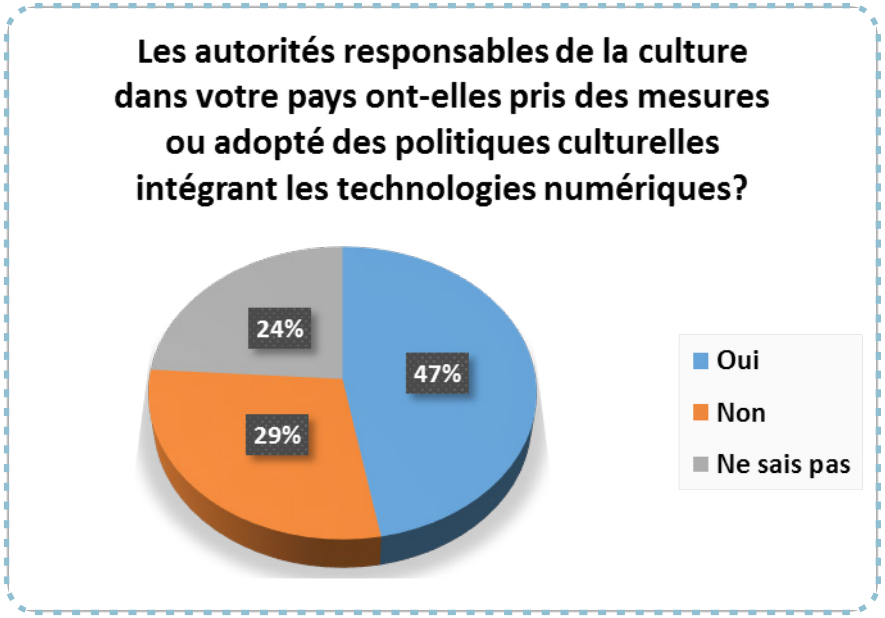
Selon le classement effectué par les répondants, l'effet le plus important du numérique et de l'Internet sur les industries culturelles est la croissance du partage en ligne de contenus culturels. Au deuxième rang, les répondants notent l'accès accru aux biens et services culturels numériques. La recomposition du secteur des industries culturelles avec de nouveaux acteurs et de nouveaux canaux de distribution de l'offre constitue selon les répondants le troisième effet le plus important du numérique qui constitue d'ailleurs une source de tensions au niveau du partage de la valeur créée par la culture à

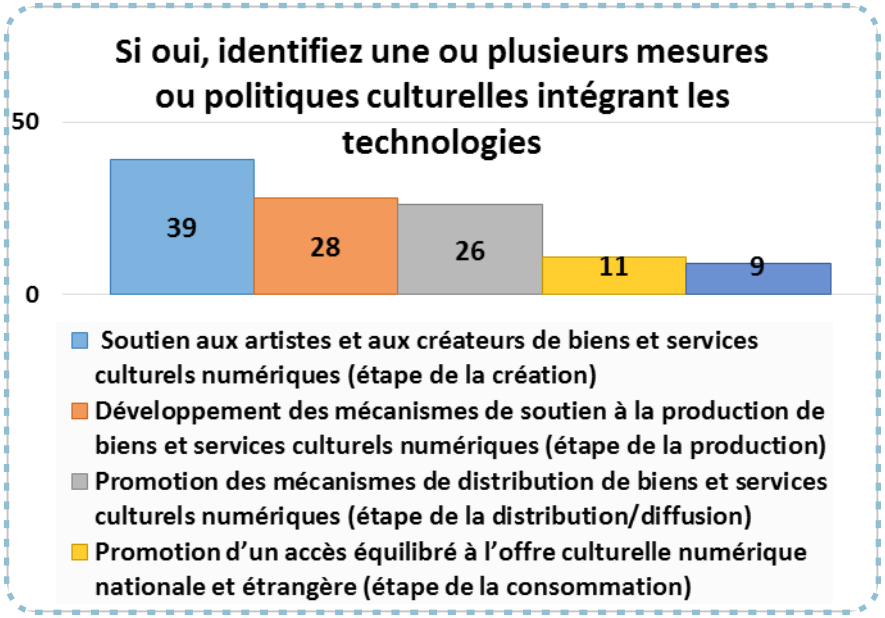


l'ère du numérique, notamment entre les activités en amont (création/production) et les activités en aval de la chaîne de valeurs (distribution et diffusion). L'essor de nouveaux métiers et services culturels liés au développement des technologies numériques constitue également un autre effet qui découle lui-même de la recomposition des différentes filières des industries culturelles. Quant à la concentration de l'offre culturelle étrangère, les répondants considèrent qu'il s'agit de l'effet le moins important (parmi l'ensemble des choix de réponse à classer).

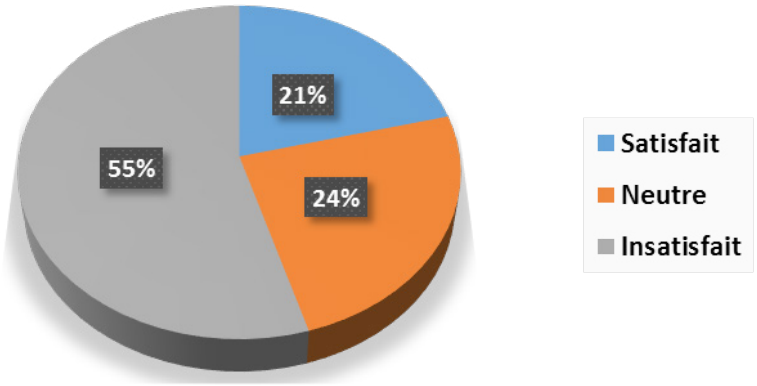
Les politiques culturelles en lien avec le numérique

- Selon notre sondage, les politiques culturelles devraient davantage intégrer les nouvelles possibilités offertes par les technologies numériques pour le développement des industries culturelles, en particulier dans les PED.
- 47% des participants à l'enquête affirment que les autorités responsables de la culture dans leurs pays ont pris des mesures ou adopté des politiques culturelles qui intègrent le numérique. Dans cet échantillon, 70% sont des répondants des pays développés et seulement 30% des PED.
- Le soutien aux artistes et aux créateurs, le développement des mécanismes de soutien à la production ainsi que la promotion des mécanismes de distribution de biens et services culturels numériques constituent par ordre décroissant les exemples les plus cités en matière de mesures ou de politiques culturelles adaptées au numérique.
- 55% des participants à l'enquête ne sont pas satisfaits des politiques culturelles dans leur pays, estimant qu'elles pourraient être mieux adaptées aux enjeux du numérique.

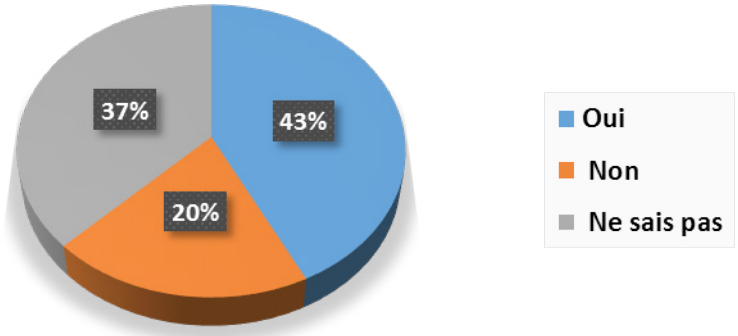




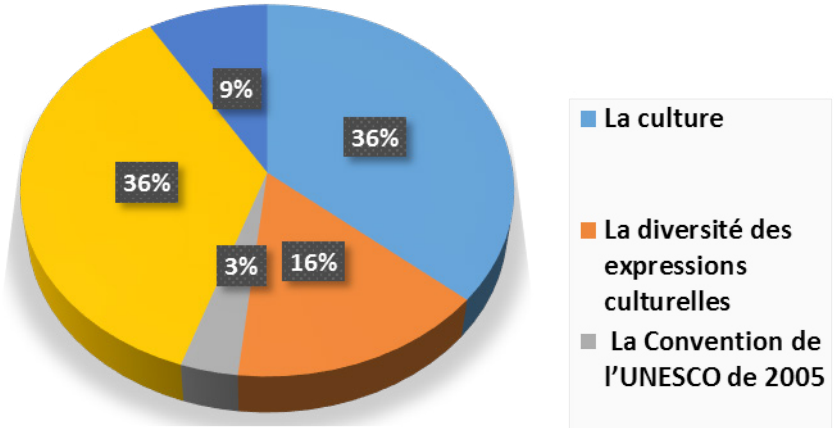
Degré de sastisfaction par rapport à la politique culturelle nationale du pays à l'ère numérique



Existe-t-il un ou une stratégie nationale relative à la promotion des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans votre pays?



La stratégie numérique nationale mentionne-t-elle spécifiquement ?



- 43% des répondants indiquent qu'il existe une stratégie nationale relative à la promotion des technologies de l'information et de la communication dans leur pays (Exemples cités : Plan national TIC du Bénin, Politique nationale de développement des TIC au Cameroun, Plan France numérique 2020, « Digital India », Estrategia Digital Nacional/Mexique, Plan Vive Digital Colombia, National ICT Policy/Nigeria).
- Les documents mentionneraient la « culture » selon 36% de répondants, la diversité des expressions culturelles selon 16% des répondants et la CDEC seulement pour 4% de répondants.

Les mesures préconisées pour protéger la diversité des expressions culturelles à l'ère du numérique sont par ordre de priorité d'après les répondants :

1. Garantir une juste rémunération des créateurs au titre de l'exploitation numérique de leurs œuvres et assurer un meilleur partage de la valeur entre producteurs, éditeurs et distributeurs de services en ligne ;

2. Faciliter l'obtention d'aides et de subventions visant à soutenir les artistes et professionnels de la culture dans le contexte nouveau induit par l'essor des technologies numériques.
3. Favoriser l'accès à de nouvelles plateformes de diffusion numérique pour mieux exporter et promouvoir la diversité des expressions culturelles.

Les mesures préconisées pour promouvoir la diversité des expressions culturelles à l'ère du numérique sont par ordre de priorité d'après les répondants :

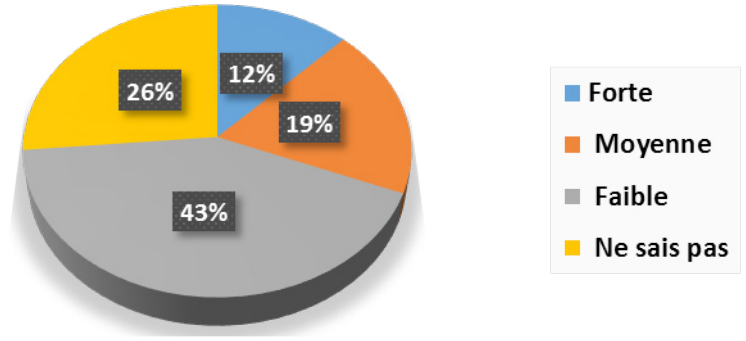
1. Mettre en place des politiques de rayonnement de l'offre culturelle nationale aussi bien sur le territoire national qu'à l'étranger.
2. Adopter des mesures pour soutenir le développement des infrastructures et des plateformes numériques afin de favoriser l'accès aux biens et services culturels en ligne.
3. Renforcer les capacités des artistes et des professionnels de la culture en matière d'utilisation des outils/plateformes/supports numériques et favoriser l'échange de bonnes pratiques.

L'importance de la coopération internationale pour la diversité des expressions culturelles à l'ère du numérique

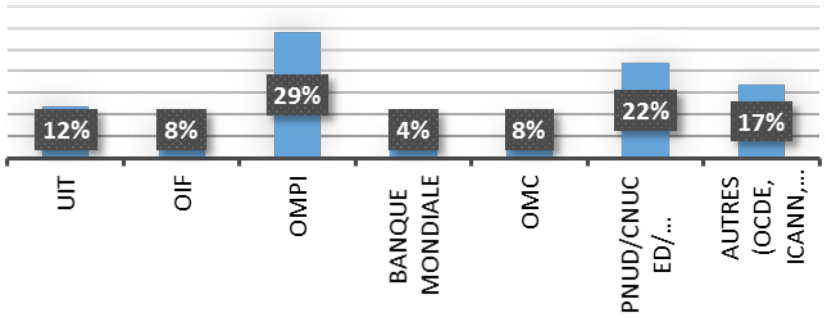
➡ 43% des répondants estiment que la coopération entre les différentes instances internationales pour la mise en œuvre de la CDEC de 2005 à l'ère du numérique n'est pas assez forte (peu de concertations, actions isolées et redondantes, partenariats ponctuels).

Pour faciliter la PRODUCTION et la DISTRIBUTION de biens et services culturels numériques, les participants à l'enquête pensent que l'UNESCO devrait instaurer/accentuer sa collaboration avec (par ordre de priorité): l'Organisation

Appréciation de la coopération entre les différentes instances internationales pour la mise en œuvre de la Convention de 2005 de l'UNESCO à l'ère du numérique



Avec quelle OI, l'UNESCO devrait-elle instaurer/accentuer en priorité sa collaboration afin de faciliter la PRODUCTION de biens et services culturels numériques

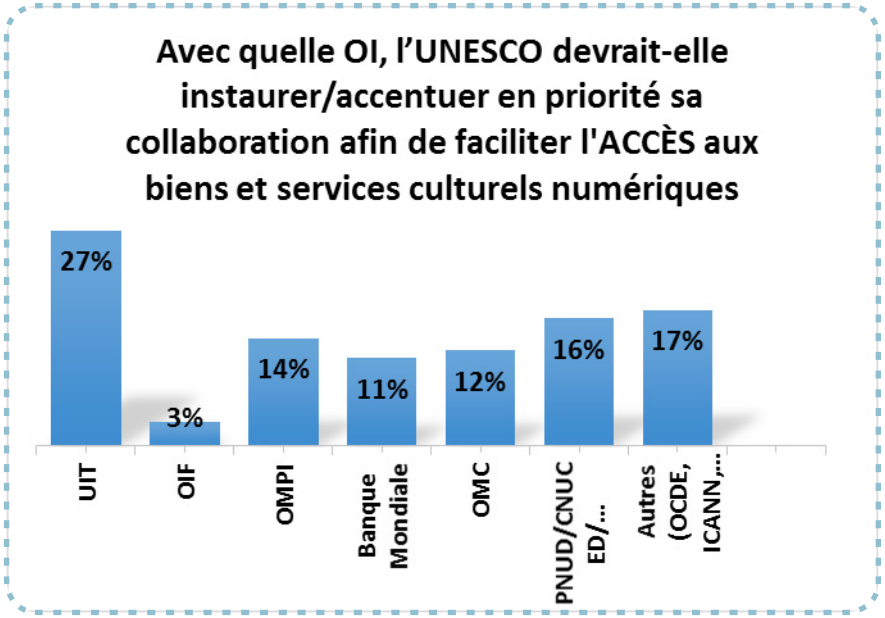


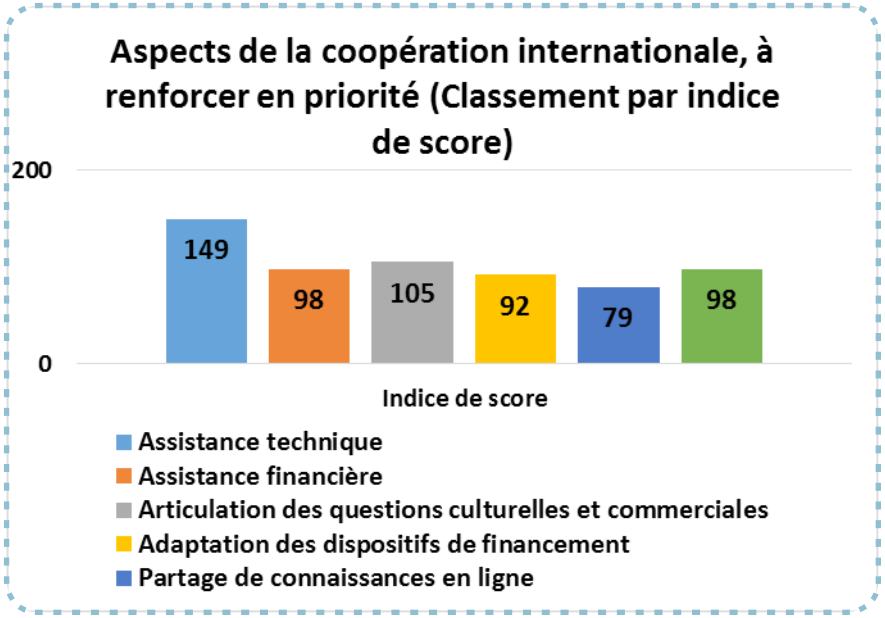
mondiale de la Propriété Intellectuelle (OMPI), les organes de l'ONU tels que le Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD), des organismes impliqués dans la gouvernance de l'Internet tel que l'ICANN (notamment en ce qui concerne la gestion des noms de domaine Internet) et Internet Society (ISOC).

Pour faciliter l'ACCÈS et la CONSOMMATION de biens et services culturels numériques, les participants à l'enquête pensent que l'UNESCO devrait instaurer/accentuer sa collaboration avec (par ordre de priorité): l'Union Internationale des Télécommunications (UIT), l'ICANN ou l'Internet Society (ISOC), et les organes de l'ONU tels que le PNUD et la CNUCED…

1. L'assistance technique (transfert de technologie, transfert de savoir-faire et de compétences…);
2. l'articulation des questions culturelles et commerciales (ententes culturelles et accords commerciaux) en lien avec le numérique; et
3. le renforcement du rôle de la société civile et de sa participation au sein de l'UNESCO constitue les aspects de la coopération internationale qui devraient être renforcés en priorité selon les participants à l'enquête.

Les répondants des PED soulignent également la nécessité d'adapter les dispositifs de financement existants (tels que le Fonds international pour la diversité culturelle) en vue de prioriser la sélection de projets culturels liés au numérique.



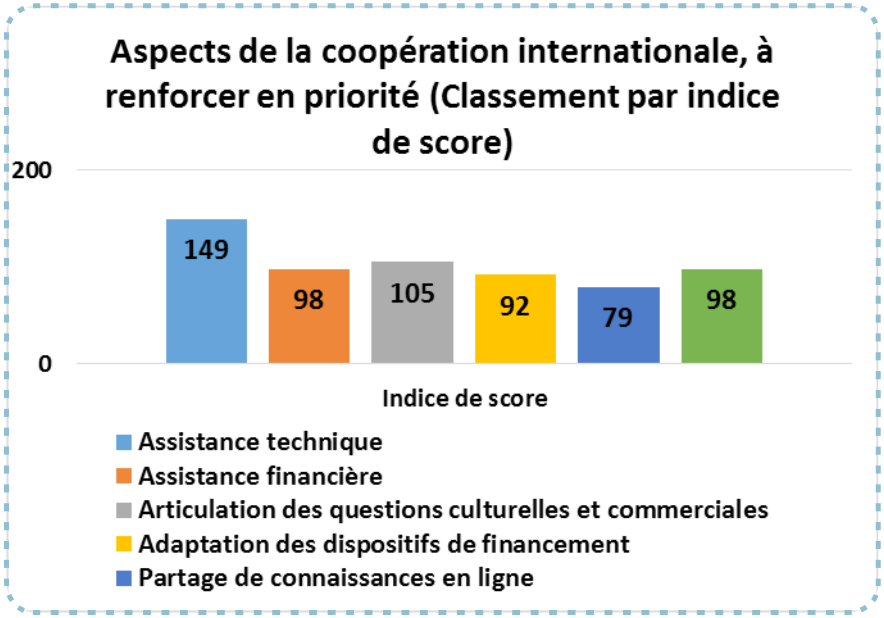


Les technologies numériques et la diversité des expressions culturelles

Les facteurs qui freinent l'intégration du numérique dans l'élaboration ou la mise en œuvre des mesures et politiques culturelles, en particulier dans les PED, sont par ordre d'importance :

1. le manque de vision à long terme de la part des autorités en charge des politiques culturelles ;
2. l'absence d'une stratégie numérique pour la culture ;
3. le manque d'investissements dans le secteur de la culture à l'ère du numérique,
4. l'absence de cadres réglementaires adaptés à la culture numérique ;
5. l'absence d'infrastructures et de réseaux de télécommunications.

Ce classement nous enseigne ainsi que l'indisponibilité et l'inaccessibilité des infrastructures et des réseaux numériques ainsi que les failles liées aux cadres réglementaires constituent de moindres maux par rapport aux handicaps majeurs que sont le manque de vision, de volonté et d'une stratégie numérique globale et à long terme pour la culture ainsi que l'insuffisance des investissements pour soutenir les entreprises culturelles intervenant dans l'industrie numérique.



À la question de savoir quelles mesures pourraient avoir le plus d'impact positif sur l'utilisation du numérique à des fins de promotion de la diversité des expressions culturelles, un tiers des participants à l'enquête ne croient pas en l'efficacité des mesures favorisant exclusivement l'accès aux infrastructures et l'acquisition d'équipements numériques. Ce qui semble cohérent par rapport aux réponses à la question précédente relative aux facteurs freinant l'intégration du numérique dans les politiques culturelles. Les mesures plébiscitées comme étant susceptibles d'avoir le plus d'impact positif sur la diversité des expressions culturelles sont les suivantes :

1. les mesures liées à la formation et au renforcement des compétences des acteurs culturels en matière de numérique ;
2. les mesures favorisant la production, la numérisation et la diffusion de contenus culturels locaux en ligne ;
3. les mesures favorisant le développement d'usages, d'applications et de services numériques culturels innovants.

D'après le classement des participants, voici le top 5 des usages/pratiques numériques pouvant influencer le plus la diversité des expressions culturelles dans les années à venir :

1. la publication et la consultation en ligne de contenus culturels et artistiques (agenda culturel, annuaire des lieux culturels, répertoire des associations culturelles …) ;
2. le téléchargement de musique/livres/films/logiciels ;
3. les échanges à travers des sites de rencontres, forums, médias et réseaux sociaux culturels ;
4. la création multimédia et la création en ligne (création assistée par ordinateur…) ;
5. la production et consultation en ligne de statistiques fiables et pertinentes sur les industries culturelles.

Annexe 2 - Organisations ciblées

Une quarantaine d'organisations et de réseaux de professionnels de la culture en Afrique, en Amérique et en Europe ont été contactés par courrier électronique pour diffuser le questionnaire sur leurs plateformes de communication institutionnelle et pour inviter leurs membres à y participer.

Organisations

France : Association des Producteurs de Cinéma (APC), Société civile pour l'administration des droits des artistes et musiciens interprètes (ADAMI), Centre national du Cinéma (CNC), Fédération des industries du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia (FICAM), OPALE, Société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique (SACEM).

Québec/Canada : Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo (ADISQ), Association des libraires du Québec (ALQ), Association nationale des éditeurs de livres (ANEL), Alliance québécoise des techniciens de l'image et du son (AQTIS), Conseil des Arts et des Lettres du Québec (CALQ), Cinémathèque québécoise, Guilde des musiciens et musiciennes du Québec (GMMQ), Institut de la gouvernance numérique, Observatoire de la Culture et des Communications (OCC), Regroupement des centres d'artistes autogérés du Québec (RCAAQ), Réseau indépendant des diffuseurs d'événements artistiques unis (RIDEAU), Union des artistes (UDA).

Europe : ACPCultures+, Compendium des politiques et tendances culturelles en Europe, Coalition britannique pour la diversité culturelle, Culture360, International Federation of Arts Councils and Culture Agencies (IFACCA), International Music Council l'Observatoire européen de l'audiovisuel, l'Observatoire des Politiques Culturelles de la Fédération Wallonie-Bruxelles (OPC), U40 Network « Cultural Diversity 2030 », Union européenne de radio-télévision (UER).

Afrique : Africalia, Africultures, Arterial Network, Observatoire des politiques culturelles en Afrique (OCPA), Réseau africain des promoteurs et entrepreneurs culturels (RAPEC), Appui au réseau ouest-africain de pépinières d'entreprises de la filière de la musique (ARPEM).

Amérique latine et centrale : Asociacion mexicana de productores fonograficos (AMPROFON), Camara argentina del libro, Camara nacional de la industria editorial Mexicana (CANIEM), Editores Mexicanos de Musica y la Sociedad de Autores y Compositors de Mexico (EMMASACM), Productores de musica de espana (PROMUSICAE), Sociedad argentina de editors audiovisuales, Sociedad Chilena del derecho de autor (SCD).

La population ciblée par l'enquête est constituée de 43 responsables des coalitions nationales, membres de la Fédération internationale des coalitions pour la diversité culturelle (FICDC), les représentants d'associations membres de ces coalitions nationales, 30 experts internationaux de la banque d'expertise de l'UNESCO en politiques culturelles, 32 experts africains ayant bénéficié du programme de renforcement de capacités en matière de mise en œuvre au niveau national de la CDEC, 60 participants au colloque sur l'articulation commerce-culture à l'ère du numérique (mars 2014, CEIM/Coalition pour la diversité culturelle-Canada), et 40 organisations et réseaux de professionnels de la culture.

Voir la liste des experts composant la banque d'expertise dans le domaine des politiques culturelles : http://www.unesco.org/new/fr/culture/themes/cultural-diversity/diversity-of-cultural-expressions/programmes/technical-assistance/pool-of-experts/list-of-experts/

Voir la liste des experts africains ayant participé au programme de renforcement des capacités de l'UNESCO : http://www.unesco.org/new/fr/culture/themes/cultural-diversity/diversity-of-cultural-expressions/programmes/capacity-building-in-africa/african-specialists/

Annexe 3 - Indicateurs et statistiques de développement des TIC

Le Rapport mondial sur la technologie de l'information (FEM, 2014) constitue l'une des évaluations les plus complètes de l'impact des TIC sur la compétitivité et l'économie dans 148 pays. Un des principaux constats du rapport de 2014 est que les pays ne peuvent pas uniquement se fonder sur le développement des infrastructures de TIC pour devenir compétitifs. Au contraire, ils ne peuvent profiter pleinement des avantages des TIC que s'ils mettent en œuvre une stratégie numérique globale qui vise à créer les conditions pour stimuler l'innovation, la compétitivité et une inclusion sociale accrue. Le rapport note peu de progrès dans la réduction de la fracture numérique qui sépare les pays maîtrisant les technologies des autres. Il indique que cette stagnation des progrès est inquiétante pour les pays émergents et en développement qui peinent à concrétiser leur potentiel numérique et courent le risque de ne pas profiter des nombreuses retombées positives des TIC.

Cette annexe présente le classement de quelques pays à travers des indicateurs clés du Network Readiness Index (NRI) tels que la disponibilité des dernières technologies numériques, l'accessibilité du contenu numérique et l'importance des TIC dans la vision de l'avenir du pays.

Disponibilité des dernières technologies numériques

Dans votre pays, dans quelle mesure les dernières technologies de l'information et du numérique sont-elles disponibles?

Légende de la colonne résultats :
0 = pas du tout disponibles ; 7 = largement accessibles

Pays développés	Rang/148	Résultats (0 à 7)
Norvège	3	6.5
Royaume-Uni	5	6.4
États-Unis	6	6.4
Japon	14	6.3
France	18	6.1
Canada	19	6.1
Espagne	33	5.8

Pays émergents	Rang/148	Résultats (0 à 7)
République de Corée	27	5.9
Afrique du Sud	40	5.6
Mexique	61	5.1
Brésil	63	5.1
Chine	105	4.4
Argentine	123	4.0

Pays en développement	Rang/148	Résultats (0 à 7)
Chili	34	5.8
Turquie	44	5.4
Sénégal	54	5.2
Maroc	66	5.0
Tunisie	77	4.8

Pays en développement	Rang/148	Résultats (0 à 7)
Pérou	85	4.6
Nigéria	87	4.6
Colombie	96	4.5
Vietnam	134	3.7
Burkina Faso	145	3.2

Accessibilité du contenu numérique

Dans votre pays, quel est le niveau de disponibilité du contenu numérique via de multiples plateformes (téléphonie fixe, Internet sans fil, réseau mobile, satellite)?

Pays développés	Rang/148	Résultats (0 à 7)
Norvège	3	6.4
Royaume-Uni	4	6.4
Japon	13	6.2
États-Unis	17	6.2
Canada	21	6.1
Espagne	34	5.8
France	41	5.6

Pays émergents	Rang/148	Résultats (0 à 7)
République de Corée	14	6.2
Chine	67	5.2
Afrique du Sud	87	4.8
Argentine	88	4.7
Brésil	92	4.7
Mexique	94	4.7

Pays en développement	Rang/148	Résultats (0 à 7)
Chili	46	5.5
Vietnam	61	5.3
Turquie	63	5.3
Colombie	91	4.7
Sénégal	96	4.6
Maroc	99	4.5
Nigéria	102	4.5
Pérou	108	4.4
Tunisie	110	4.3
Burkina Faso	147	2.6

Importance des TIC dans la vision de l'avenir du pays

Dans quelle mesure votre gouvernement fait-il la promotion de l'amélioration de l'accessibilité des TIC?

Légende de la colonne résultats :
0 = aucun plan ; 7 = élaboration et mise en œuvre d'un plan clair et connu

Pays développés	Rang/148	Résultats (0 à 7)
Norvège	20	5.0
États-Unis	28	5.0
Royaume-Uni	39	4.7
Japon	45	4.7
Canada	51	4.6
France	63	4.5
Espagne	101	3.9

Pays émergents	Rang/148	Résultats (0 à 7)
République de Corée	14	5.4
Chine	37	4.8
Mexique	81	4.2
Brésil	88	4.1
Afrique du Sud	109	3.8
Argentine	141	3.1
Espagne	101	3.9

Pays en développement	Rang/148	Résultats (0 à 7)
Vietnam	36	4.9
Sénégal	47	4.6
Chile	54	4.5
Maroc	59	4.5
Turquie	69	4.4
Colombie	74	4.3
Nigéria	78	4.3
Burkina Faso	80	4.2
Tunisie	83	4.1
Pérou	107	3.8

Annexe 4 - Biographies des membres de l'équipe

Michèle Rioux est professeure au département de science politique à l'UQAM et spécialiste de la concurrence, du secteur des technologies de l'information et des communications, de l'internationalisation des entreprises et de gouvernance globale d'Internet. Elle dirige le CEIM depuis 2011 et, plus spécifiquement, un projet de recherche sur les nouvelles trajectoires institutionnelles de la régulation de la mondialisation.

Christian Deblock est économiste, professeur titulaire au département de science politique de l'UQAM et directeur de recherche au CEIM. Il a été titulaire de la Chaire Simon Bolivar à l'Institut des Hautes études sur l'Amérique latine (Paris), il a rédigé plusieurs rapports à titre de consultant et participé à de nombreux programmes de formation, dont ceux en formation commerciale (REXPACO/Hubb & Spokes) de l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF).

Gilbert Gagné est professeur de science politique à l'Université Bishop's et directeur du Groupe de recherche sur l'intégration continentale (GRIC). Il a contribué à la recherche sur le traitement des biens et services culturels dans les accords commerciaux. Il a participé, en 2004, à un projet de recherche financé par l'OIF analysant les dispositions de récents accords commerciaux des États-Unis sur la capacité des États Parties de la CDEC de poursuivre des politiques culturelles.

Destiny Tchéhouali est chercheur postdoctoral au CEIM. Spécialiste des questions liées aux politiques de coopération internationale en matière de réduction de la fracture numérique, il a travaillé pour l'Agence mondiale de solidarité numérique, l'OIF, le ministère français des Affaires étrangères, ainsi que l'ONG Internet Society (ISOC). Il rédige la Chronique « Culture, commerce et numérique » publiée par le CEIM pour l'OIF.

Kim Fontaine-Skronski est doctorante en relations internationales à l'Université Laval et directrice adjointe du CEIM. Elle a été conseillère politique de la Ministre de la culture et des communications du Québec (2003 à 2007) sur le dossier de l'UNESCO sur la diversité des expressions culturelles. Ses recherches portent sur les accords commerciaux et les négociations à l'Organisation mondiale du commerce.

Antonios Vlassis est chercheur au Center for International Relations Studies de l'Université de Liège et au CEIM. Il est maître de conférences à l'Université libre de Bruxelles. Ses recherches portent sur la gouvernance mondiale des industries culturelles. Il est membre du Global Forum U40-Cultural Diversity 2030 et du réseau « Diversité des expressions culturelles et artistiques, et mondialisations » de l'Agence universitaire de la Francophonie. Il a rédigé la Chronique « Culture, commerce et numérique » publiée par le CEIM pour l'OIF jusqu'en 2015.