

DIX ANS APRÈS L'ENTRÉE EN VIGUEUR DE LA CONVENTION SUR LA DIVERSITÉ CULTURELLE : DÉSÉQUILIBRES DANS LE MARCHÉ INTERNATIONAL DES BIENS ET SERVICES CULTURELS, ET DÉFI NUMÉRIQUE

Luis A. Albornoz

GRESEC | « Les Enjeux de l'information et de la communication »

2016/2 n° 18 | pages 11 à 23

Article disponible en ligne à l'adresse :

<https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2016-2-page-11.htm>

Pour citer cet article :

Luis A. Albornoz, « Dix ans après l'entrée en vigueur de la Convention sur la diversité culturelle : Déséquilibres dans le marché international des biens et services culturels, et défi numérique », *Les Enjeux de l'information et de la communication* 2016/2 (n° 18), p. 11-23.

Distribution électronique Cairn.info pour GRESEC.
© GRESEC. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

Dix ans après l'entrée en vigueur de la Convention sur la diversité culturelle : Déséquilibres dans le marché international des biens et services culturels, et défi numérique

Ten years after the entry into force of the Convention on Cultural Diversity: Imbalances in the international market for cultural goods and services, and the digital challenge

A diez años de la entrada en vigor de la Convención sobre la diversidad cultural: Desequilibrios en el mercado internacional de bienes y servicios culturales, y el desafío digital

Article inédit, mis en ligne le 3 octobre 2016.

Luis A. Albornoz

Luis A. Albornoz est chercheur au Conseil National de la Recherche Scientifique et Technologique (CONICET, Argentina) dans l'Institute Gino Germani, Université de Buenos Aires (IIGG, UBA). Professeur dans le département de Journalisme et communication audiovisuel dans l'Université Carlos III de Madrid.

Cette étude a été réalisée dans le cadre de la mise en œuvre du projet de recherche « Diversité de l'industrie culturelle à l'ère numérique » (référence CSO2014-52354-R), du programme national de Recherche, Développement et Innovation orientés vers les défis posés à la société, du ministère espagnol de l'Économie et de la Compétitivité.

Plan de l'article

Introduction : la Convention et le « débat entre le commerce et la culture »
Quelques instantanés sur le commerce international de biens et services culturels
La Convention et le développement du numérique
Conclusion : la bataille pour la diversité continue
Références bibliographiques

Résumé

Près d'une décennie après l'entrée en vigueur de la Convention sur la diversité des expressions culturelles (Unesco, 2005) s'impose la nécessité de savoir dans quelle mesure ce nouveau traité international, qui appelle à un meilleur équilibre entre les pays développés et les pays en développement en matière culturelle, a réussi à transformer les flux internationaux du commerce des biens et services culturels. Sur la base des données provenant de sources publiques (OMC, ISU) et privées, cet article démontre le fort contrôle que continuent d'exercer les industries culturelles appartenant à des pays développés. Enfin, est envisagée l'ampleur de l'un des plus grands défis actuels de la Convention : la réalisation de ses principes dans le cadre de l'avancée des technologies numériques.

Mots clé

Diversité culturelle, Convention 2005, Unesco, industries culturelles, technologies numériques.

Resumen

A casi una década de la entrada en vigor de la Convención sobre la diversidad de las expresiones culturales (Unesco, 2005) se impone conocer en qué medida este nuevo tratado internacional, que propugna un mayor equilibrio entre países desarrollados y países en desarrollo en materia cultural, ha logrado transformar los flujos internacionales de comercialización de bienes y servicios culturales. Basándose en datos de fuentes públicas (OMC, ISU) y privadas, el presente artículo demuestra el férreo dominio que continúan detentando las industrias culturales de los países desarrollados. Finalmente se considera la magnitud de uno de los grandes desafíos que hoy debe enfrentar la Convención: la concreción de sus postulados en el paisaje que dibujan las tecnologías digitales.

Palabras clave

Diversidad cultural, Convención 2005, Unesco, industrias culturales, tecnologías digitales.

Abstract

Almost a decade after the entry into force of the Convention on the Diversity of Cultural Expressions (Unesco, 2005) is imposed to know to what extent this new international treaty, which calls for a better balance in cultural matters between developed countries and developing countries, it has succeeded in transforming international flows of trade of cultural goods and services. Based on data from public (WTO, UIS) and private sources, this article demonstrates the strong control that cultural industries of developed countries still have nowadays. Finally, the following pages consider the magnitude of one of the great challenges that the Convention must face today: the realization of its principles in the landscape drawn by digital technologies.

Keywords

Cultural diversity, 2005 Convention, Unesco, cultural industries, digital technologies.

Introduction : la Convention et le « débat entre le commerce et la culture »

Le 20 octobre 2005, dans le cadre de la 33^e session de la Conférence générale de l'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture (Unesco), des représentants de 148 pays ont approuvé la *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles* (ci-après nommée « la Convention »). À cette occasion, les seules délégations gouvernementales qui exprimèrent un vote négatif furent celles des États-Unis et d'Israël. Elles s'opposaient ainsi à ce nouveau traité international – considéré comme un nouvel instrument de la gouvernance internationale des échanges culturels (Prieto de Pedro, 2005 ; Bernier, 2008) – qui reconnaît le double caractère marchand et symbolique de la production culturelle en déclarant que « *les activités, biens et services culturels ont une double nature, économique et culturelle, parce qu'ils sont porteurs d'identités, de valeurs et de sens et qu'ils ne doivent donc pas être traités comme ayant exclusivement une valeur commerciale* » (Unesco, 2005).

Alors que la Convention énonce le principe de liberté de pensée, d'expression et d'information en affirmant que la diversité culturelle « est renforcée par la libre circulation des idées, et qu'elle se nourrit d'échanges constants et d'interactions entre les cultures » (Unesco, 2005), elle indique aussi les déséquilibres et les inégalités du panorama culturel que les technologies numériques forgent jour après jour. Dans ce sens, le préambule de la Convention exprime que « les processus de mondialisation, facilités par l'évolution rapide des technologies de l'information et de la communication, s'ils créent les conditions inédites d'une interaction renforcée entre les cultures, représentent aussi un défi pour la diversité culturelle, notamment au regard des risques de déséquilibres entre pays riches et pays pauvres » (Unesco, 2005).

Par conséquent, l'échelle internationale est le cadre naturel de l'interprétation, du développement et de l'impact de cet accord contraignant signé, jusqu'en juin 2016, par 143 pays et par l'Union européenne (UE). Et le fonctionnement des industries culturelles est l'un de ses principaux centres d'attention, car celles-ci offrent l'un des principaux moyens de matérialisation de la diversité culturelle dans le monde contemporain. Comme nous l'avons souligné (Albornoz & García Leiva, 2017), les industries culturelles constituent, en raison de leur présence et leur portée sociale, un espace remarquable de production et de mise en circulation de contenus symboliques à même d'influencer, à travers des narrations et des métaphores élaborées, la perception que nous avons du monde et des autres.

Mais pourquoi mettre en lumière, au début du XXI^e siècle, un traité qui consacre la diversité des expressions culturelles ? L'une des clés pour comprendre le besoin de proclamer un traité international porteur de ces caractéristiques réside dans une circulation plus grande et plus rapide des flux culturels dans le contexte du processus dit de mondialisation¹ et des conflits dérivés de la tentative d'éliminer tout obstacle susceptible d'affecter la libre commercialisation des biens et services culturels. Les dernières décennies ont ainsi été les témoins du dénommé « *débat entre le commerce et la culture* » en termes de services audiovisuels (Petit, 2012 ; Richieri-Hanania, 2014), qui entrevoyait la possibilité d'en finir avec les instruments formant l'échafaudage des politiques culturelles de nombreux États.

Le différend sur l'éventuelle libéralisation des services audiovisuels, qui a eu lieu pendant le dernier cycle des négociations de l'*Uruguay Round* (1986-1993/94), dans le cadre de l'Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce (plus connu sous l'acronyme GATT, de l'anglais *General Agreement on Tariffs and Trade*), a vu s'affronter deux positions opposées sur la culture (Mattelart, 1995 ; Arcos Martín, 2010). À une extrémité, il y avait des délégations - notamment le Canada et la France - qui, tout en reconnaissant la valeur économique des biens et des services audiovisuels, ont mis l'accent sur la valeur symbolique de ces derniers et leur relation intrinsèque avec les identités des différents groupes sociaux. À l'autre extrémité, la délégation des États-Unis a, avec le soutien du Japon, plaidé pour l'élimination totale des restrictions qui font obstacle au commerce international, considérant que celles-ci portaient atteinte à la liberté du consommateur.

La divergence des points de vue s'est alors soldée par le fait que les pays n'ont pas assumé les engagements spécifiques en termes de libéralisation des services audiovisuels, ce qui a autorisé les États à continuer à appliquer des politiques et des outils (parts d'audience, subventions, exemptions fiscales, taxes, etc.) destinés au secteur audiovisuel sur leurs territoires respectifs. Malgré cela, le secteur audiovisuel a bien été inclus dans l'Accord général sur le commerce des services (plus connu

.....

¹ Le terme mondialisation est une notion multidimensionnelle et ambivalente, qui a été conçue par des chercheurs en sciences sociales pour prendre en compte l'interdépendance croissante entre les différentes parties du monde. Une fois qu'elle a été popularisée dans les années 1990, elle a commencé à être utilisée pour indiquer certains aspects de la mondialisation économique : et particulièrement la suppression des barrières commerciales érigées par les États-nations (Hesmondhalgh, 2013, p. 273).

sous l'acronyme GATS, de l'anglais *General Agreement on Trade in Services*), dont le but est d'élargir le système de commerce multilatéral à l'ensemble du secteur des services (Torrent, 2002).

Il faut noter que dans le cadre du fonctionnement de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), qui est entrée en vigueur conjointement au GATS en 1995, les services audiovisuels constituent l'un des secteurs comportant le plus faible nombre d'engagements pris par leurs membres, engagements qui sont plus nombreux dans le cinéma qu'à la radio et à la télévision. En outre, le secteur audiovisuel se caractérise par un grand nombre d'exemptions au traité, au nom de la clause de la nation la plus favorisée (non-discrimination) ; des exemptions qui sont avérées, par exemple, dans le cas des coproductions cinématographiques.

Quelques mois après l'entrée en vigueur de l'OMC, la délégation des États-Unis a présenté devant cet organisme des réclamations contre le Canada et la Turquie portant sur des mesures que ces pays avaient mises en place pour protéger certains produits et services culturels. Dans les deux cas, les organes de décision de l'OMC ont statué en faveur des États-Unis : le Canada a dû suspendre les mesures qui interdisaient ou limitaient l'importation de certaines publications périodiques (OMC, 1997a), tandis que la Turquie a promis d'égaliser les impôts appliqués aux revenus générés par la projection de films nationaux et importés (OMC, 1997b).

Dans ce contexte de confrontation portant sur la commercialisation de biens et services culturels et sur l'irruption de processus accélérés de concentration et de financiarisation de la communication et de la culture (Hermann & McChesney, 1997), la Déclaration universelle de l'Unesco sur la diversité culturelle (Unesco, 2001) et la Convention peuvent, toutes deux, être interprétées comme la cristallisation d'éléments qui préoccupaient certaines administrations et certains experts et groupes professionnels liés aux activités culturelles.

Quelques instantanés sur le commerce international de biens et services culturels

S'il est vrai que la Convention a sa raison d'être dans le besoin de garantir aux États qu'ils vont conserver leur droit souverain à adopter des politiques de protection et de promotion de la diversité culturelle sur leurs territoires respectifs, il existe d'autres éléments de premier ordre qui donnent un sens à la Convention. Parmi eux, se détache la nécessité de mettre sur un pied d'égalité tous les pays en termes de commerce international des biens et des services. L'article 16 de la Convention, relatif au traitement préférentiel pour les pays en développement, explique que « *les pays développés facilitent les échanges culturels avec les pays en développement en accordant, au moyen de cadres institutionnels et juridiques appropriés, un traitement préférentiel à leurs artistes et autres professionnels et praticiens de la culture, ainsi qu'à leurs biens et services culturels* » (Unesco, 2015, article 16). Par conséquent, un bilan critique sur l'impact de la Convention près de dix ans après son entrée en vigueur ne permet pas d'éviter de se demander dans quelle mesure les flux de biens et services culturels ont été affectés à l'échelle internationale.

Les statistiques sur le commerce international des services audiovisuels indiquent que les exportations mondiales ont augmenté en moyenne annuelle de 8 % depuis 2000, et qu'elles se sont chiffrées à 35 milliards de dollars en 2007. Toutefois, la répartition des bénéfices produits par ce segment de marché fait apparaître de profondes asymétries entre les pays. En 2007, les États-Unis, avec un peu plus de 15 milliards de dollars, et les 27 pays qui constituaient alors l'UE, avec près de 9,9 milliards de dollars (4 milliards de dollars si l'on excepte le commerce intérieur de l'UE-27), étaient à la tête des 15 principaux exportateurs du globe. À eux deux, ils ont monopolisé près de 86 % de l'ensemble des exportations de ce groupe restreint, à savoir que les 13 grands exportateurs restants - des pays comme le Canada, la Chine, le Mexique ou l'Argentine - ne sont pas parvenus à avoir un poids équivalent à 15 % (OMC, 2010, p. 3).

| Rang / Exportateurs | Valeur | % sur 15 économies | Rang / Importateurs | Valeur | % sur 15 |
|---------------------|--------|--------------------|---------------------|--------|----------|
|---------------------|--------|--------------------|---------------------|--------|----------|

| | | | | économies | | | |
|----|-----------------------------------|--------|------|-----------|-----------------------------------|--------|------|
| 1 | États-Unis | 15 043 | 51,5 | 1 | UE-27 | 13 893 | 63,7 |
| 2 | UE-27 | 9 962 | 34,1 | 2 | Importations en dehors de l'UE-27 | 6 315 | 29,0 |
| | Exportations en dehors de l'UE-27 | 4 063 | 13,9 | | Canada | 2 001 | 9,2 |
| 3 | Canada | 2 021 | 6,9 | 3 | États-Unis | 1 440 | 6,6 |
| 4 | Chine | 316 | 1,1 | 4 | Japon | 1 044 | 4,8 |
| 5 | Mexique | 308 | 1,1 | 5 | Australie | 798 | 3,7 |
| 6 | Argentine | 294 | 1,0 | 6 | Fédération de Russie | 624 | 2,9 |
| 7 | Norvège | 272 | 0,9 | 7 | Brésil | 456 | 2,1 |
| 8 | Hong Kong, Chine | 249 | 0,9 | 8 | République de Corée | 381 | 1,7 |
| 9 | Fédération de Russie | 196 | 0,7 | 9 | Norvège | 300 | 1,4 |
| 10 | République de Corée | 183 | 0,6 | 10 | Mexique | 259 | 1,2 |
| 11 | Australie | 139 | 0,5 | 11 | Argentine | 212 | 1,0 |
| 12 | Japon | 126 | 0,4 | 12 | Chine | 154 | 0,7 |
| 13 | Albanie | 61 | 0,2 | 13 | Équateur | 126 | 0,6 |
| 14 | Équateur | 44 | 0,1 | 14 | Albanie | 59 | 0,3 |
| 15 | Colombie | 21 | 0,1 | 15 | Croatie | 55 | 0,3 |
| | 15 premiers | 29 235 | 100 | | 15 premiers | 21 800 | 100 |

Tableau 1. **Principaux exportateurs et importateurs de services audiovisuels et connexes, 2007**
(en millions de dollars)

Remarque : ce tableau est basé sur les informations mises à la disposition du secrétariat de l'OMC. Étant donné que certains grands exploitants de services personnels, culturels et récréatifs n'identifient pas de façon distincte les services audiovisuels et les services connexes séparément, ceux-ci peuvent ne pas apparaître dans cette liste.

Source : OMC, (2010, p. 4), sur la base des statistiques du Commerce international de l'OMC (2009).

Les statistiques sur le commerce international mises à la disposition de l'OMC (2010, p. 4-5) permettent aussi de remarquer que les principaux pays exportateurs en termes d'audiovisuel sont également les principaux importateurs. Et si l'on rapproche les valeurs des exportations et des importations, on peut observer que la balance des paiements de près de la moitié des 15 pays signalés est déficitaire, tandis que celle des États-Unis affiche un excédent de plus de 13,6 milliards de dollars (bien au-dessus des 162 millions de dollars d'excédent de la Chine qui la suit dans le classement).

Le rapport *Re/Penser les politiques culturelles : 10 ans de promotion de la diversité des expressions culturelles pour le développement* (Unesco, 2015) comporte un chapitre avec des données actuelles, qui analyse la façon dont les pays signataires de la Convention ont facilité la distribution de biens et services culturels entre les pays développés et les pays en développement. Selon Lydia Deloumeaux, experte de l'Institut de statistique de l'Unesco (ISU), entre 2004 et 2013 le total des exportations de produits culturels a doublé - de 108,4 milliards de dollars à 212,8 milliards de dollars -, et les pays en développement ont vu leur part de 25,6 % du chiffre total des exportations en 2004 passer à 46,7 % en 2013. L'importante augmentation du poids des pays en développement pourrait nous faire croire que c'est une conséquence de l'impact réussi de la Convention ; toutefois, cette croissance répond à une autre dynamique et réside principalement dans les résultats de la Chine et de l'Inde, pays qui, en s'appuyant sur leur forte croissance économique, ont parallèlement augmenté leur présence sur le marché des biens et services culturels. Hormis ces deux cas, la grande majorité des pays en développement continue à occuper un espace marginal en tant qu'exportateurs de biens culturels, et

leur participation est limitée aux exportations de quelques biens culturels (Deloumeaux, 2015, p. 125).

| | | | | | | | | | | |
|-----------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Pays développés | 85,7 | 84,9 | 84,8 | 83,2 | 81,5 | 81,5 | 78,9 | 79,4 | 79,7 | 80,5 |
| | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
| Pays en développement | 14,3 | 15,1 | 15,2 | 16,8 | 18,5 | 18,5 | 21,1 | 20,6 | 20,3 | 19,5 |

Tableau 2. **Participation des exportations de biens culturels des pays développés et des pays en développement, hormis la Chine et l'Inde, 2004-2013 (en %)**

Source : Unesco (2015, p. 125), basé sur *UN Comtrade*, Département des Affaires économiques et sociales (DESA) / *United Nations Statistics Division* (UNSD), avril 2015.

Par ailleurs, et en dépit des précautions nécessaires avec lesquelles il faut prendre les données sur les exportations nationales de services culturels (services d'information, autres privilèges et droits de licences, et services audiovisuels et connexes en vertu de la classification de 2002 de l'*Extended Balance of Payment - EBOP*) en raison du manque d'informations sur les pays en développement importants, ces données indiquent une domination presque absolue des entreprises des pays développés sur la période 2004-2012. De même, en termes d'équilibre des échanges des services culturels, dix pays ont représenté 87,8 % des exportations mondiales de services culturels en 2012. Les États-Unis ont occupé la première place avec 52,4 % des exportations mondiales de services culturels, et ont été suivis par le Royaume-Uni, la France, le Canada, les Pays-Bas, la Suède, l'Allemagne, le Luxembourg, l'Irlande et la Belgique (Deloumeaux, 2015, p. 129-130).

Au-delà des données mondiales de l'OMC et de l'ISU, nous pouvons axer notre attention sur la situation au niveau international de segments culturels spécifiques tels que le cinéma ou l'industrie de la musique enregistrée.

Une récente étude qui analyse les données de la dernière Enquête bisannuelle sur les statistiques de films long-métrage de l'ISU (Albornoz/ISU, 2016) fait état des lacunes qui touchent les différentes dimensions du marché cinématographique du point de vue de la diversité. Alors que la production mondiale de longs-métrages a atteint en 2013 le chiffre record de 7 610 films réalisés par des entreprises de 86 pays - une augmentation de 64 % par rapport à 2005 -, le poids que détiennent quelques pays en la matière n'a pas diminué : pendant la période 2005-2013, l'Inde, les États-Unis, la Chine, le Japon et, alternativement le Royaume-Uni et la France, ont représenté plus de 50 % de la production mondiale. Par ailleurs, si on analyse le segment de la distribution dans des salles de projection, il se confirme que les films qui ont généré le plus de recettes à l'échelle mondiale ont été distribués par six entreprises : Buena Vista, Sony, Twentieth Century-Fox, Universal Pictures, Warner Brothers et Paramount Pictures. Ces *majors* continuent à occuper une place prépondérante dans plusieurs régions du globe, et monopolisent la distribution des *blockbusters* de Hollywood ainsi que celle des films produits localement qui sont susceptibles de se convertir en succès commerciaux sur leurs marchés. En outre, ces entreprises agissent souvent de façon coordonnée sur les marchés externes, ayant ainsi un effet négatif sur la diversité des longs-métrages offerte au public local (consulter : TDC, 2006). Enfin, l'analyse des longs-métrages les plus vus dans les salles du monde entier sur la période 2012-2013 a montré une très grande concentration de la consommation de *blockbusters* produits ou coproduits, et distribués par les *majors*. Il s'agit essentiellement de films d'action et d'aventure, parfois réalisés avec la technique de l'animation, destinés aux enfants et aux adolescents, et soutenus par des budgets multimillionnaires et des campagnes de promotion à l'échelle internationale. Ainsi, par exemple, parmi les 40 films les plus vus dans les salles du monde entier (20 longs-métrages sur l'année 2012 et 20 en 2013), un seul, la comédie française *Intouchables* (2011), n'avait pas été tourné en anglais.

Le cas du marché mondial des enregistrements musicaux montre également un déficit important du point de vue de la diversité. L'analyse des sources de production de la musique enregistrée indique un très haut niveau de concentration des entreprises, trois d'entre elles dominant cette industrie à l'échelle internationale : Universal Music Group (UMG), Sony Music Entertainment (SME) et Warner Music Group (WMG). Selon Music & Copyright (2016), en 2015 ces entreprises ont obtenu 73,2 % des recettes produites par le commerce de musique enregistrée (en format physique et numérique) : UMG contrôle 33,5 % du marché, SME 22,6 % et WMG 17,1 %. Pour sa part, le secteur des entreprises regroupées sous l'étiquette « indépendantes », responsables dans leurs pays respectifs du lancement de la plupart des nouveautés musicales et des débuts des artistes, tous genres confondus, a obtenu 26,8 % du marché des ventes des enregistrements. Parallèlement à cela, le segment formé par les éditeurs de musique, chargés de veiller à ce que paroliers et compositeurs reçoivent leurs droits lorsque leurs compositions sont utilisées commercialement, présente aussi une structure d'oligopole à l'échelle internationale. Trois sociétés comprises dans les groupes mentionnés dominent 63,8 % du marché éditorial. En 2015 Sony/ATV, qui gère depuis 2012 le répertoire de EMI Music Publishing, a obtenu 28,3 % du marché, Universal Music Publishing Group (UMPG) 23,1 % et Warner Chappell 12,4 %.

Ce bref examen de la domination du marché international de la production et de la commercialisation des biens et services culturels, à partir des statistiques de l'OMC et de l'ISU, ainsi que des données sur la production et la commercialisation de longs-métrages et d'enregistrements musicaux, ne nous permet pas de nous faire d'illusions sur l'impact souhaitable de la Convention en termes d'obtention de flux de biens et de services culturels plus équilibrés à l'échelle internationale. Alors qu'il est possible de distinguer certains pôles significatifs de production culturelle avec leurs domaines d'influence respectifs (la Chine et l'Inde), il est évident que la majeure partie de la production, distribution et commercialisation des biens et des services culturels continue à échoir aux pays développés et sont menés par des entreprises transnationales.

La Convention et le développement du numérique

Face à cette situation peu encourageante du point de vue de la défense du principe de diversité et de l'équilibre souhaitable entre les pays en termes de commerce international des biens et services culturels, l'un des grands défis auquel se voit confrontée la Convention est la réalisation de ses objectifs dans le contexte numérique.

Dire que l'expansion, à l'échelle planétaire, des technologies numériques a transformé en profondeur le fonctionnement de la production, de la distribution et de la jouissance des biens et services offerts par les industries culturelles est désormais un lieu commun. Ces changements s'accompagnent, sans aucun doute, de possibilités d'enrichissement de la diversité des expressions culturelles ; par exemple, en renforçant la diffusion des contenus de tous types et en élargissant leur accès à un vaste public dans les lieux où les infrastructures et compétences nécessaires sont disponibles. Cependant, le nouveau contexte numérique déploie, dans le même temps, toute une série de défis à affronter en matière de diversité.

Tel qu'il a été souligné (Albornoz, 2013, p. 6), la promotion des réseaux et supports numériques a ravivé un discours techno-déterministe qui établit une relation directement proportionnelle entre la technologie numérique et la diversité culturelle : plus il y a de technologies numériques, plus grande est la diversité culturelle (et réciproquement). Depuis cette perspective, la problématique de la diversité est réduite à la connectivité et le rôle des États est confiné à garantir un cadre de sécurité juridique aux entreprises prestataires de biens et de services. Ce discours montre toutefois ses limites en ignorant les spécificités de chaque industrie culturelle et le poids important des régions et des pays dans la configuration de leurs fonctionnements singuliers. Et en ignorant par ailleurs des phénomènes comme l'émergence de puissantes plateformes transnationales de commercialisation de

biens et de services culturels en ligne² qui peuvent, avec leurs logiques et pratiques particulières, porter préjudice à la diversité culturelle.

La Déclaration sur la promotion et protection de la diversité à l'ère numérique (ULEPICC, 2013) va dans le même sens en soulignant le processus de ré-intermédiation qui se produit dans l'écosystème numérique à la charge de ces nouveaux agents, conjointement aux conglomerats traditionnels médiatiques et culturels, et en dénonçant les difficultés de visibilité que rencontre une partie de la production culturelle. Face à cette situation, le présent document plaide pour la nécessité d'élaborer des connaissances sur « *les stratégies développées par les intermédiaires du contexte numérique sur des questions sensibles telles que les alliances avec les principaux groupes de culture et de communication, l'étiquetage des contenus ou les algorithmes secrets utilisés par les moteurs de recherche afin de guider la visibilité de certains contenus* ». La Déclaration appelle aussi à la mise en marche nécessaire des portails et des moteurs de recherche capables de promouvoir la sensibilisation de nouveaux créateurs, « en apportant un soin particulier à l'élaboration de nouvelles initiatives dans les pays en voie de développement économique et/ou dans ceux qui accèdent difficilement aux moyens de production et de distribution sur les marchés

La forte concentration des entreprises à l'échelle internationale, les stratégies d'évasion fiscale, le traitement d'immenses quantités de données sur les utilisateurs (*big data*) ou le contournement des dispositifs nationaux d'appui aux productions indépendantes sont des caractéristiques inquiétantes des agissements des plateformes internationales en ligne. Face à un scénario qui « *remet en question les dispositifs réglementaires et financiers (notamment fiscaux) mis en place pour assurer la disponibilité des biens et services culturels* » (Unesco, 2015, p. 3), les agences gouvernementales et les entités de la société civile manifestent le besoin d'examiner l'impact des technologies numériques et de promouvoir la modernisation des politiques et des outils culturels à l'ère numérique (Guèvremont, 2013 ; Beaudoin, 2014 ; Kulesz, 2014 ; Rioux *et alt.*, 2015).

Dans ce sens, il est nécessaire que les plateformes en ligne et les leaders du commerce électronique de contenus culturels se conforment aux obligations fiscales de tous types. Ce qui va permettre, d'un côté, de créer des schémas d'égalité des conditions entre les entreprises nationales et les plateformes transnationales qui agissent sur un certain marché. Cela va aussi permettre d'employer, en partie ou en totalité, les sommes perçues pour promouvoir la production de contenus locaux. L'une des premières tentatives faites dans ce sens a été lancée pour le Gouvernement de la ville de Buenos Aires, qui a créé en 2014 ce qu'il a appelé « *l'impôt Netflix* » : *une retenue de 3 % sur le prix de l'obtention de « services d'abonnement en ligne pour avoir accès à des films, des services télévisuels et d'autres types de divertissements audiovisuels (films et séries) qui sont transmis, via Internet, à des téléviseurs, des ordinateurs et autres dispositifs connectés à Internet, ainsi que pour l'abonnement à l'achat et/ou la location de contenus numériques liés à la musique, aux jeux, aux vidéos ou contenus similaires* » (AGIP, 2014). Toutefois, les réticences des entreprises potentiellement affectées et l'opinion défavorable des plus hautes autorités politiques de la capitale argentine se sont traduites par le fait que cette retenue n'a jamais été pratiquée.

.....
² Selon la Commission européenne : « *Les plateformes en ligne couvrent une large gamme d'activités, notamment des plateformes de publicité, marchés de biens et de services en ligne, moteurs de recherche, réseaux sociaux et moyens de contenus créatifs, plateformes de distribution d'applications, services de communication, systèmes de paiement et plateformes d'économie collaborative. Celles-ci partagent des caractéristiques primordiales, dont l'utilisation de technologies de l'information et de la communication pour faciliter les interactions (y compris les transactions commerciales) entre les utilisateurs, la collecte et l'utilisation des données résultant de ces opérations pour faciliter les interactions, et les effets de réseau qui font que l'emploi de ces plateformes par un plus grand nombre d'utilisateurs augmente leur valeur pour d'autres utilisateurs. Voici quelques exemples de plateformes en ligne : eBay, Amazon, Google et Bing Search, Facebook et YouTube, Google Play et Apple Store, Facebook Messenger, AdSense de Google, Zalando, BlaBla Car et Uber* » (CE, 2016).

Un débat est ouvert sur un autre front, quant aux catalogues de contenus que les différentes plateformes offrent à leurs utilisateurs / clients : dans quelle mesure les catalogues proposés reflètent-ils la diversité des expressions culturelles de tout le monde ? Est-il logique d'imposer un système de quotas de contenus pour avantager la production nationale indépendante ? Comment faire en sorte que la politique *long tail* encouragée (Anderson, 2004) ne soit pas, en pratique, une « longue traîne » invisible en raison du manque de visibilité des expressions culturelles minoritaires ? Répondre à ces questions n'est pas une tâche aisée et tout semble indiquer qu'il faudra, pour trouver les réponses satisfaisantes, affronter un processus d'apprentissage essai-erreur.

À cet égard, sans faire une référence explicite à la Convention mais en soulignant que « *la promotion renforcée des œuvres européennes de services à la carte donnera lieu à une offre plus large et plus diverse aux Européens* » et « *aura un impact positif sur la diversité culturelle tout en apportant plus de possibilités aux créateurs européens* » (CE, 2016), la Commission européenne a annoncé une future réforme de la directive « Services de médias audiovisuel » de 2010 (directive SMA) qui imposera aux grandes plateformes de vidéo en *streaming* de proposer et de promouvoir un quota minimum de 20 % de contenus audiovisuels européens (voir l'article d'André Lange-Médart dans la même livraison de *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*). Il faut souligner que la future mesure n'affectera pas les plateformes utilisées pour le partage des vidéos et des réseaux sociaux, comme YouTube. Il semble qu'elle n'affectera pas non plus le fonctionnement d'entreprises comme Netflix, Amazon ou iTunes dont les catalogues offrent déjà suffisamment d'œuvres européennes pour remplir les quotas prévus. Cela a été démontré par une récente étude de l'Observatoire européen de l'audiovisuel sur l'origine géographique des contenus des 91 catalogues de services de vidéo à la demande qui agissent dans les 28 pays membres de l'UE. L'analyse de 75 catalogues de services de films à la demande - iTunes, Wuaki, Chili, etc. - a révélé que 27 % en moyenne des titres accumulés sont originaires de l'un des pays de l'UE-28, face à 59 % en moyenne de titres produits aux États-Unis. Tandis que l'étude des catalogues de 16 services d'abonnement - Netflix, C More, Canalplay, etc.- a démontré que la moyenne des titres accumulés produits dans l'UE-28 est de 30 %, alors que celle produite aux États-Unis atteint les 60 % (Ene et Grece, 2015, p. 18-19 et 23-24).

Par ailleurs, si la reformulation de la directive SMA est finalement adoptée dans les termes où elle a été annoncée, ce qui reste à voir, les pays qui le souhaitent pourront imposer aux prestataires de services audiovisuels à la demande des obligations de contribuer au financement de la création audiovisuelle par le biais d'investissements directs ou du paiement de taxes à un fonds. Il s'agit d'une mesure destinée à mettre fin à la distorsion de la concurrence soutenue entre les acteurs de l'audiovisuel traditionnel et les plateformes en ligne.

Tandis que ces initiatives sont développées, le gouvernement des États-Unis a inclus les services audiovisuels non-linéaires dans la série des négociations commerciales dont le pays est protagoniste (TPP, TISA, TTIP). Comme le souligne Vlassis (2014, p. 292) : « *Dans la mesure où l'administration des États-Unis considère que ces nouveaux services, dont l'expansion actuelle est importante, s'intègrent dans les technologies d'information et de communication, elle vise à obtenir la libéralisation du secteur. En conséquence, les autorités publiques pourraient maintenir leur capacité réglementaire et financière dans le secteur des services linéaires traditionnels (salles obscures, DVD, télévision traditionnelle), mais elles risqueraient d'être dépourvues de la possibilité de mettre en place des mesures et des politiques relatives aux services culturels numériques qui représentent l'avenir du secteur* ».

Pour leur part, les pays signataires de la Convention débattent depuis 2013, aux côtés d'organisations de la société civile, de l'impact des technologies numériques sur la diversité culturelle (Canada/Québec, 2013 ; Francia, 2013 ; Guèvremont *et al.*, 2013 ; Jaabouti et Pool, 2013 ; UKCCD, 2013 ; ULEPICC, 2013 ; Unesco, 2014) dans l'optique d'élaborer des « directives opérationnelles » qui offrent des directives générales pour l'exécution et l'application des

dispositions de la Convention dans le domaine numérique. Ces directives opérationnelles devraient être approuvées à la mi-2017.

Conclusion : la bataille pour la diversité continue

Alors que la bataille diplomatique et commerciale entamée dans le cadre du dernier cycle de négociations du GATT a donné lieu à l'insertion du secteur audiovisuel dans le GATS, en mettant un point d'interrogation sur l'éventuelle libéralisation totale des services audiovisuels, il est aussi certain qu'elle a favorisé la coordination d'initiatives de différents acteurs sociaux. Celle-ci a débouché sur la naissance d'un nouveau traité international qui articule le principe de la diversité des expressions culturelles, reconnaît tous les biens et services culturels comme des vecteurs d'identités, de valeurs et de sens, et réaffirme le rôle des États en termes de culture et communication.

L'un des aspects les plus marquants de la Convention est, sans aucun doute, la consécration du principe de coopération internationale en termes culturels et la recommandation explicitement faite aux pays développés d'accorder un traitement privilégié aux biens et services culturels provenant des pays en développement (article 16). Bien que le but apparent d'encourager des échanges culturels plus intenses et plus équilibrés à l'échelle internationale soit plausible, il ne faut pas pêcher par naïveté et il faut reconnaître que la Convention a une capacité limitée à agir sur la réalité. Il s'agit d'un texte - fruit du tissage des négociations diplomatiques - pavé de bonnes intentions et très peu contraignant pour ses signataires, auquel n'ont pas adhéré, près de dix ans après son entrée en vigueur, des acteurs de premier plan de la scène internationale tels que les États-Unis, la Russie ou le Japon.

L'examen du commerce international des biens et services culturels, et de la situation internationale des industries de longs-métrages et de la musique enregistrée n'a révélé aucune preuve de l'impact de la Convention. Les inégalités entre les pays et le contrôle exercé par quelques entreprises dans ce domaine restent flagrants. Par ailleurs, l'augmentation du poids de l'ensemble des pays en développement dans des segments spécifiques est attribuable à des facteurs externes à la Convention.

En outre, la numérisation des industries culturelles et l'émergence de solides plateformes numériques représentent désormais un immense défi pour le dernier en date des traités internationaux promus par l'Unesco dans le domaine culturel. En l'absence d'un consensus sur le besoin d'adapter la Convention à l'ère numérique, certaines délégations considèrent que ce pas est prématuré et inutile en raison de la nature changeante des technologies numériques et qu'il faut que ce soient d'autres organisations internationales qui se chargent d'établir les normes liées à ce défi (Vlassis, 2015, p. 9). De leur côté, les délégations de France, Canada et Belgique (2015) se sont ralliées de concert en faveur d'une directive opérationnelle unique et transversale, en affirmant que tous les biens et services culturels ont une valeur intrinsèque qui n'a pas de lien avec les modalités techniques de leur production et de leur diffusion.

Comme on peut le constater, le débat sur l'impact et la portée de la Convention est ouvert. En attendant, la façon d'obtenir de nos jours « l'accès équitable à une gamme riche et diversifiée d'expressions culturelles provenant du monde entier » (Unesco, 2005, article 2.7) reste un défi de grande envergure, non seulement pour les pays en développement, mais aussi pour ceux qui sont plus développés sur le plan technologique.

Références bibliographiques

AGIP (2014), « Resolución número 593 », Buenos Aires : Administrador Gubernamental de Ingresos Públicos (AGIP), 27 août 2014.

Albornoz, Luis A. (2013), « A Comment on the report – Renewing the Knowledge Societies Vision » (by R. Mansell and G. Tremblay), rapporteur pour le panel 64 Knowledge Societies, Stakeholder Accountability for Sustainable Development, Unesco WSIS+10, Paris : Unesco, 25-27 février 2013.

Albornoz, Luis A. / ISU (2016), « Diversity and the film industry: An analysis of the 2014 UIS Survey on Feature Film Statistics » (Information Paper n° 9), Montréal : Institut de statistique de l'Unesco (ISU), March 2016. Consulté le 25 de juin 2016, www.uis.unesco.org/culture/Documents/ip29-diversity-film-data-2016-en.pdf.

Albornoz, Luis et García Leiva, M. Trinidad (2017), « Diversidad cultural, industria audiovisual y gobernanza » (à paraître), in Albornoz, Luis A. et García Leiva, M. Trinidad (eds.), *Diversidad e industria audiovisual: el desafío cultural del siglo XXI*, Mexico D.F. : Fondo de Cultura Económica.

Anderson, Chris (2004), « The long tail », *Wired Magazine*, 1^{er} octobre 2004.

Arcos Martín, Rubén (2010), *La lógica de la excepción cultural. Entre la geoeconomía y la diversidad cultural*, Fuenlabrada (Madrid) : Cátedra.

Bernier, Ivan (2008), « La Convention sur la diversité des expressions culturelles de l'Unesco : un instrument culturel au carrefour du droit et de la politique », Bulletin de nouvelles sur la diversité des expressions culturelles, vol. 8, n° 19, Québec : Gouvernement de Québec, janvier 2008.

Beaudoin, Louise (2014), « Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles : Impacts et enjeux du numérique », rapport sollicité pour l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF), Paris, 28 de avril 2014.

Canada/Québec (2013), « Canada and Quebec's reflections on the diversity of cultural expressions in the digital age », document informatif présenté par les gouvernements de Canada et de Québec a la 7^{ème} session ordinaire du Comité Intergouvernemental pour la protection et promotion de la diversité des expressions culturelles, Paris : Unesco, 10-13 décembre 2013.

CE (2016), « Digital Single Market – Commission updates EU Audiovisual Rules and presents targeted approach to online platforms », Bruxelles : Commission européenne (CE), 25 mai 2016.

Deloumeaux, Lydia (2015), « Trouver un équilibre : les échanges des biens et services culturels » (p. 121-133), en Unesco (dir.): *Re/Penser les politiques culturelles : 10 ans de promotion de la diversité des expressions culturelles pour le développement*, Paris : Unesco.

Ene, Laura et Grece, Christian (2015), « Note 4: Origin of Films in VOD Catalogues in the EU », Strasbourg : Observatoire européen de l'audiovisuel.

France (2013), « La Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles de 2005 à l'ère numérique », document informative présenté pour la délégation de la France a la 7^{ème} session ordinaire du Comité Intergouvernemental pour la protection et promotion de la diversité des expressions culturelles, Paris : Unesco, 10-13 décembre 2013.

France/Canada/Belgique (2015), « Pour une mise en œuvre de la convention relative à la protection et à la promotion de la diversité des expressions culturelles à l'ère du numérique. Propositions pour l'élaboration d'une directive opérationnelle transversale » (*mimeo*), contribution conjointe des délégations de la France, le Canada et Belgique soumis au Secrétariat de la Convention sur la promotion et la protection de la diversité des expressions culturelles.

Guèvremont, Véronique (2013), « Preliminary reflection on the implementation of the Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions in the digital age », rapport envoyé à la 4^{ème} Conférence des Parties à la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles, Paris: Unesco, 11-13 Juin 2013.

Guèvremont, Véronique; Bernier, Ivan; Burri, Mira; Cornu, Marie; Richieri Hanania, Lillian; Ruiz Fabri, Hélène (2013), « La mise en œuvre de la Convention sur la protection et promotion de la diversité des expressions culturelles à l'ère numérique : enjeux, actions et recommandations », Réseau international de juristes pour la diversité des expressions culturelles (RIJDEC).

Hermann, Edward et McChesney, Robert (1997), *Global Media: The New Missionaries of Global Capitalism*, New York/London: Continuum.

Hesmondhalgh, David (2013), *Cultural Industries*, 3rd edition, Londres : SAGE.

Jaabouti, Jehane et Pool, Catherine (2013), « Impact of the digital era on the implementation of the Convention on the diversity of cultural expressions », *Coalition Canadienne pour la Diversité Culturelle* (CCDC).

Kulesz, Octavio (2014), « Unesco Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions: Analysis of Parties' periodic reports and contemporary digital trends » (CE/15/5.CP/INF.9), document de la 5^{ème} session ordinaire de la *Conférence des Parties à la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles*, Paris: Unesco, 10-12 Juin 2015.

Mattelart, Armand (1995), « Excepción o especificidad cultural. Los desafíos del GATT », *Telos*, n° 42, p. 15-27.

Music & Copyright (2016), « WMG makes biggest recorded music market share gains of 2015; indies cement publishing lead », *Music & Copyright's Blog*, 28 avril 2016. Consulté le 25 Juin, 2016, <https://musicandcopyright.wordpress.com/tag/market-share/>.

OMC (1997a), « Canada - Périodiques », *Rapport de l'Organe d'appel* (WT/DS31/ AB/R, le 30 juin 1997), Genève : Organisation mondiale du commerce (OMC).

OMC (1997b), « Turquie - Taxation des recettes provenant des films étrangers », Notification d'une solution mutuellement acceptable (WT/DS43/3, le 24 juillet 1997), Genève : Organisation mondiale du commerce (OMC).

OMC (2010), « Council for Trade in Services - Audiovisual Services », Background Note by the Secretariat (S/C/W/310), Genève : OMC, 12 janvier 2010.

Petit, Martí (2012), *Por un mercado inteligente. Diversidad cultural, mercado y regulación*, Barcelona : Erasmus.

Prieto de Pedro, Jesús (2005), *Excepción y diversidad cultural* (document de travail), Madrid : Fundación Alternativas.

Richieri Hanania, Lillian (ed.) (2014), *Cultural Diversity in International Law: The Effectiveness of the Unesco Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions*, Londres : Routledge.

Rioux, Michèle ; Deblock, Christian ; Gagné, Gilbert ; Tchéhoulali, Destiny ; Fontaine-Skronski, Kim et Vlassis, Antonios (2015), *For a diversified Networked Culture. Bringing the Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions (CPPDCE) in the digital age*, Montréal : Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation (CEIM) de la Université de Québec à Montréal (UQÀM).

TDC (2006), *Resolución n° 588/05, de Mayo 10, 2006*, Tribunal de Defensa de la Competencia (TDC), Espagne. Consulté le 25 juin 2016, <http://doctrina-administrativa.vlex.es/vid/walt-tristar-foxfilm-sogefilms-adican-303175>.

Torrent, Ramon (2002), « La 'excepción cultural' en la Organización Mundial del Comercio (OMC): La base de la política audiovisual en Cataluña », *Quaderns del CAC*, n° 14, p. 19-27.

Unesco (2001), *Déclaration universelle sur la diversité culturelle*, Paris : Unesco.

Unesco (2005), *Convention sur la promotion et protection de la diversité des expressions culturelles*, Paris : Unesco.

Unesco (2014), « Etat de situation et suite à donner aux enjeux du numérique » (CE/14/8.IGC/12), document de travail de la 8^{ème} session ordinaire du Comité Intergouvernemental pour la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles, Paris: Unesco, 9-11 décembre 2014.

Unesco (2015), « Préparation des directives opérationnelles relatives au numérique » (CE/15/9.IGC/7), document de travail de la 9^{ème} session ordinaire du Comité Intergouvernemental pour la protection et promotion de la diversité des expressions culturelles, Paris : Unesco, 14-16 de décembre de 2015.

UKCCD (2013), « UKCCD Submission to the International Federation, IFCCD. Points for inclusion in report to Intergovernmental Committee Meeting on Unesco Convention, 2005 », document informative présenté pour la United Kingdom Coalition for Cultural Diversity (UKCCD) a la 7^{ème} session ordinaire du Comité Intergouvernemental pour la protection et promotion de la diversité des expressions culturelles, Paris: Unesco, 10-13 décembre 2013.

ULEPICC (2013), « Déclaration sur la promotion et protection de la diversité à l'ère numérique », document informative présenté à la 7^{ème} session ordinaire du Comité Intergouvernemental pour la promotion et promotion de la diversité des expressions culturelles, Paris : Unesco, 10-13 décembre 2013.

Vlassis, Antonios (2014), « Le numérique, nouvelle frontière de la gouvernance mondiale des industries culturelles ? Le cas du traitement des biens et services culturels dans les accords commerciaux », *Revue de la Faculté de droit de l'Université de Liège*, n° 2, p. 283-300.

Vlassis, Antonios (2015), « La CDEC et le numérique: du constat à l'action ? », *Culture, commerce et numérique*, 10(6), p. 5-7.