

**L'UTILISATION DES DONNÉES STATISTIQUES DANS LES NÉGOCIATIONS
SUR UN NOUVEL ACCORD INTERNATIONAL SUR
LA DIVERSITÉ CULTURELLE À L'UNESCO**

Ivan Bernier

La diversité culturelle, telle que définie dans le projet de convention internationale sur la diversité culturelle élaboré par le Réseau international sur la politique culturelle (RIPC), renvoie à «la multiplicité et l'interaction des expressions culturelles qui coexistent dans le monde et qui enrichissent ainsi le patrimoine commun de l'humanité»¹. La préservation de la diversité culturelle implique donc dans cette perspective aussi bien le maintien et la promotion des expressions culturelles existantes que l'ouverture aux autres expressions culturelles.

L'expression culturelle, c'est-à-dire «la création, la production, la distribution et la diffusion de contenus culturels, quels que soient leur support ou leur forme»², répond elle-même à un besoin essentiel de toute communauté. Lorsqu'on affirme, comme le fait la *Déclaration universelle de l'UNESCO sur la diversité culturelle*, que les biens et services culturels «parce qu'ils sont porteurs d'identité, de valeurs et de sens, ne doivent pas être considérés comme des marchandises ou des biens de consommation comme les autres»³, on ne fait rien d'autre que de reconnaître cette importance capitale de l'expression culturelle dans la vie d'une communauté. De fait, non seulement joue-t-elle, comme instrument de communication sociale, un rôle de premier plan dans le fonctionnement démocratique de celle-ci, mais elle constitue également un facteur important de cohésion sociale et participe activement au développement économique de cette communauté. Son importance est telle en fait que toute communauté qui en est privée voit sa survie menacée à long terme. Il en va de même de l'ouverture à l'expression culturelle des autres communautés. Une

¹ Réseau international sur la politique culturelle, Projet de convention internationale sur la diversité culturelle préparé par le groupe de travail sur la diversité culturelle et la mondialisation, Article 1, paragraphe 1. Voir : Réseau International sur la politique culturelle, Sixième Rencontre annuelle ministérielle, Opatija, Croatie, octobre 2003, documents de travail, article 1, par 1: http://206.191.7.19/iicd/draft_f.pdf

² Idem, Article 1, par. 2

³ Voir UNESCO : http://www.unesco.org/culture/pluralism/diversity/html_fr/decl_fr.shtml

culture qui se replie sur elle-même et se ferme à l'apport des autres cultures est condamnée avec le temps à dépérir, incapable de s'adapter aux changements qui surviennent dans son environnement.

Mais comment juger concrètement de l'expression culturelle d'une communauté ainsi que de son ouverture à l'expression culturelle des autres communautés? L'expression culturelle, envisagée comme instrument de communication sociale, peut prendre des formes multiples. Assimilable fondamentalement à la production créatrice des individus et des industries culturelles, elle comprend notamment:

- la production créatrice des individus dans les arts de la scène, les arts visuels et l'artisanat, l'architecture et le design;
- les sons, images et textes des films, des vidéos, des enregistrements sonores, des livres, des magazines, des journaux, des émissions radiodiffusées et des autres formes de média y compris le multimédia, qu'ils existent maintenant ou soient à inventer, qui sont la création d'individus ou d'industries culturelles⁴.

Évaluer l'expression culturelle d'une communauté implique donc *a priori* un regard sur la production culturelle de celle-ci dans les secteurs en question, tout comme évaluer son ouverture à l'expression culturelle des autres communautés implique un examen de sa réceptivité à la production culturelle de ces dernières. Les données statistiques à ce sujet constitueraient donc de prime abord un précieux indicateur de diversité culturelle.

Toutefois, la production culturelle est une chose et sa consommation en est une autre. C'est dans le contact avec le consommateur que l'expression culturelle joue véritablement son rôle. La quantité de livres produits dans un pays donné ne renseigne pas nécessairement sur la consommation de ces derniers dans le pays en question, de même que le nombre de films importés dans un pays ne renseigne pas nécessairement sur la part du marché qu'ils obtiennent dans ce même pays. Pour se faire une idée plus juste de l'expression culturelle d'une communauté et de son ouverture à l'expression culturelle des autres communautés, il faut donc prendre en compte non seulement les données relatives à la production culturelle mais aussi celles⁵ relatives à la consommation culturelle⁵.

⁴ Voir supra, note 1, Article 1, paragraphe 4.

⁵ Il faut comprendre ici que les statistiques sur la consommation sont elles-mêmes affectées par des facteurs comme la disponibilité à la production locale et étrangère ainsi que les conditions de publicisation de celles-ci.

Par ailleurs, tous les pays ne se trouvent pas sur un pied d'égalité en ce qui concerne leur capacité d'expression culturelle. Dans un texte intitulé «La mesure de la culture: perspectives et limites», paru en introduction à la partie statistique du *Rapport mondial sur la culture* de l'UNESCO de 1998, Leo Goldstone écrit :

S'agissant des aspects quantitatifs de la culture à mettre en lumière et de la manière de les présenter, d'emblée un problème s'est posé. Il est apparu en effet que c'était dans le domaine de la production et de la consommation des biens culturels qui avaient un prix sur le marché que l'on disposait du plus grand nombre d'indicateurs. On a également constaté que, plus un pays était riche, plus il produisait et consommait de biens culturels. Non seulement les pays aisés avaient plus de données, mais ils détenaient aussi les meilleurs résultats dès qu'il s'agissait de produire et de consommer des biens culturels par le biais des mécanismes du marché⁶.

On peut comprendre facilement que pour bon nombre de pays en développement, la production de films ou de séries télévisées impliquant des moyens relativement élaborés puissent souvent apparaître hors de portée en l'absence d'une aide financière venant de l'extérieur. Ceci toutefois ne les empêche pas de s'exprimer de façon dynamique dans d'autres secteurs comme ceux de la danse, de la musique ou des arts visuels. Il est donc particulièrement important de prendre en compte la situation concrète de chacun avant de porter un jugement.

Juger de l'expression culturelle d'une communauté ainsi que de son ouverture à l'expression culturelle des autres communautés s'avère donc une tâche non seulement complexe mais aussi risquée en raison de la multiplicité des facteurs à considérer. Toutefois, comme l'ont fait remarquer la majorité des participants à un colloque international sur les statistiques culturelles, qui s'est tenu à Montréal en octobre 2002, l'obtention de données statistiques sur la production et la consommation culturelles demeure cruciale pour une meilleure compréhension de l'évolution des besoins dans ce domaine et de façon plus générale pour la formulation des politiques nationales en matière culturelle⁷.

Mais il y a aussi une autre raison, plus urgente, de s'intéresser aux données statistiques sur l'expression culturelle. Dans le contexte de la négociation qui s'engage à l'UNESCO en vue de la conclusion d'une convention internationale sur la diversité culturelle, il est à craindre, en effet,

Mais c'est précisément à partir des données sur la consommation que l'on est amené à s'interroger sur ces influences.

⁶ UNESCO, *Rapport mondial sur la culture 1998*, Paris 1998, p. 387

⁷ Institut de statistique de l'UNESCO et Institut de la statistique du Québec, Actes du Colloque international sur les statistiques culturelles, Montréal, 21-23 octobre 2002, Voir: http://www.colloque2002symposium.gouv.qc.ca/PDF/colloque_complet.pdf

qu'une vision tronquée, ou pis encore une vision fautive, de la réalité, qui sous-tend et justifie un tel projet, soit avancée à l'encontre de celui-ci. Quelques exemples récents donnent déjà une indication du type d'utilisation qui risque d'être fait des statistiques dans ce contexte.

Dans une étude récente qui vise à démontrer que l'OMC et non l'UNESCO est l'endroit approprié pour négocier un arrangement susceptible d'assurer la préservation de la diversité culturelle, Keith Acheson et Christopher Maule⁸ mentionnent, à l'appui de leur argument, une étude réalisée sous les auspices de l'UNESCO par Phillip Ramsdale⁹, qui affirme entre autres que les pays en développement, en tant que groupe, exportent davantage qu'ils n'importent de biens culturels. Acheson et Maule utilisent cette étude pour démontrer que les pays en développement, en tant que groupe aussi bien qu'individuellement, ont un intérêt considérable dans la libéralisation des échanges commerciaux internationaux. Mais lorsqu'on examine cette étude de près, on constate que les données relatives aux «biens culturels» incluent en fait des biens comme le matériel phonographique, les supports d'enregistrement sonore (cassettes vierges, etc.), les instruments de musique, le matériel photographique, le matériel cinématographique, les récepteurs de télévision, les récepteurs de radio et les équipements sportifs. Dans ces conditions, il se peut bien que les statistiques en question justifient la conclusion que les pays en développement, en tant que groupe, exportent davantage de biens dits «culturels» qu'ils n'en importent: on sait que ces derniers sont effectivement devenus les principaux exportateurs d'appareils de radio et de télévision dans le monde. Mais elles ne démontrent en aucune façon qu'ils exportent davantage qu'ils importent de contenus culturels – en fait les statistiques indiquent qu'au contraire ils demeurent largement dépendants pour leur consommation des contenus culturels étrangers¹⁰ - de sorte que l'utilisation qui en est faite pour démontrer la non pertinence d'une convention internationale sur la diversité culturelle à l'UNESCO a quelque chose de fallacieux.

Un autre exemple d'utilisation des statistiques sur les échanges culturels, qui risque d'induire en erreur, se retrouve dans la présentation récente de la vice-présidente de la *Motion Picture*

⁸ Voir Keith Acheson et Christopher Maule, «*Convention on Cultural Diversity*», Département d'économie, Université Carleton, Canadian Economic Paper, CEA 03-05, June 25, 2003.

⁹ UNESCO, Division des politiques culturelles et Institut de statistique de l'UNESCO, *La Circulation internationale de biens culturels sélectionnés 1980-98*: <http://www.unesco.org/bpi/fr/unescopresse/2000/01-05f.shtml>

¹⁰ Il suffit d'examiner attentivement les données statistiques sur la distribution du commerce culturel par catégories, tableau 16 (livres, films, appareils de télévision, etc.), dans le *Rapport mondial sur la culture 2000* pour s'en rendre compte.

Association, Mme Bonnie Richardson, à l'occasion d'un colloque intitulé «*Free Trade versus Cultural Diversity*», tenu à Lucerne en juin 2003. Parlant du Canada, qu'elle décrivait comme l'un des pays les plus identifiés au projet d'un accord international sur la diversité culturelle, celle-ci faisait valoir que ce dernier, loin d'être menacé par la libéralisation des échanges, en profitait plutôt pleinement comme le démontrait le fait qu'en 1999-2000, 57% de l'ensemble des recettes liées à la distribution de productions canadiennes provenaient de l'exportation¹¹. Mais cette donnée, tirée de Statistique Canada, demande à être mise en contexte. Il faut bien comprendre en effet que la part des recettes de distribution pour le contenu national (incluant les recettes provenant du cinéma, de la télévision payante, de la télévision générale, des vidéocassettes et du marché non commercial) ne dépassait pas cette même année 13,1% de l'ensemble des recettes réalisées sur le marché canadien, la balance allant au contenu étranger, essentiellement américain; et si l'on ne tient compte que du marché commercial (cinémas et cinéparcs commerciaux), le chiffre applicable tombait à 2,7%. En d'autres termes, les gains découlant des exportations de films canadiens récents demeurent plutôt négligeables dans l'ensemble lorsqu'on les envisage à la lumière des recettes réalisées sur le seul marché canadien. En ce sens, les statistiques mentionnées par la vice-présidente de la *MPA* ont quelque chose de trompeur. C'est un peu comme si on incluait dans les statistiques concernant les exportations de films canadiens les films tournés au Canada par les Majors américains, sachant que ces films sont tournés au Canada parce que cela ne coûte pas cher, et que «leur valeur (les droits de reproduction) est immédiatement confisquée par le propriétaire qui les réexporte au Canada comme des produits finis de telle sorte que les Canadiens payent pour les voir et renvoient l'argent aux États-Unis»¹².

Il est donc important de pouvoir disposer rapidement de données statistiques fiables et convaincantes en vue des négociations qui vont s'engager incessamment sur le projet d'une convention internationale sur la diversité culturelle. Reste à déterminer quel type de données peuvent être utilisées à cette fin. Parce qu'il est manifestement impossible d'aborder dans le cadre de cette chronique tous les indicateurs de diversité culturelle susceptibles d'être utilisés dans l'ensemble des secteurs culturels et aussi parce que l'audiovisuel occupe une place particulière au

¹¹ Bonnie Richardson, «*Hollywood's Vision of a Clear, Predictable Trade Framework consistent with Cultural Diversity*», Lucerne, juin 2003. La référence à Statistique Canada est la suivante : <http://www.statcan.ca/Daily/Francais/020325/q020325b.htm>.

¹² John Ralston Saul, *Culture and Foreign Policy*, Media Awareness Network; voir: http://www.mediaawareness.ca/english/resources/articles/sovereignty_identity/culture_policy.cfm?RenderForPrint=1. La traduction est la nôtre.

plan de l'expression culturelle en raison de sa très large diffusion, nous limiterons notre examen aux seuls secteurs du film et de la télévision en traitant, dans un premier temps, du contenu local en tant qu'indicateur d'expression culturelle et, dans un deuxième temps, du contenu étranger en tant qu'indicateur d'ouverture à l'expression culturelle étrangère. Le choix de nous en tenir à ces deux seuls indicateurs est justifié par leur utilisation déjà courante dans les statistiques culturelles de plusieurs pays ainsi que dans les statistiques d'organisations à vocation culturelle comme l'UNESCO et le Conseil de l'Europe. Ce choix toutefois ne constitue en aucune façon un jugement sur la pertinence des autres indicateurs susceptibles d'éclairer la question¹³.

I Le contenu local (ou national) en tant qu'indicateur d'expression culturelle dans le secteur audiovisuel

La pertinence du concept de contenu local (ou national) en tant qu'indicateur est envisagée ici d'un point de vue culturel et non pas d'un point de vue économique. Cette dernière précision est nécessaire car il est effectivement possible d'envisager la question d'un strict point de vue économique. Dans l'étude déjà mentionnée de Acheson et Maule, les auteurs récusent l'utilisation du concept de contenu local pour juger de l'expression culturelle d'un pays donné, dans les termes suivants:

With films, television programming, recorded music and book publishing, the success of a smaller country in a liberalized setting will not be revealed by focusing on the proportion of domestic content broadcast, shown on its movie screens, or sold in its record or book stores as compared to the proportion in larger countries of the same language... The balance of royalties and fees in the balance of payments and not the domestic world class content that is shown at home is the proper measure of how a small country's community is faring in an open world.¹⁴

Une telle approche, qui ne s'intéresse qu'aux retombées économiques des échanges culturels, n'a rien à voir avec les préoccupations essentiellement culturelles qui sont les nôtres ici. Mais, même lorsqu'on demeure dans une perspective strictement économique, il appert que le point de vue d'Acheson et Maule, sur la pertinence du critère de contenu local pour juger de l'efficacité de politiques culturelles, n'est pas partagé par l'ensemble des économistes. Ainsi, dans un article intitulé «*Regulating Culture: has it 'Gone with the Wind'?*», Patrick Messerlin, en réponse à la question de savoir comment mesurer le succès des politiques culturelles dans le secteur du film, répond: «*A better indicator of success is the share of 'national' films in theatre ticket sales (the*

¹³ Le recours aux statistiques sur les exportations de films et de programmes de télévision, par exemple, pourrait permettre d'identifier les principaux pays exportateurs en la matière. Mais d'un point de vue culturel, elles sont moins riches de renseignements que celles sur la production et surtout celles sur la consommation.

¹⁴ Supra, note 8, p. 20-21.

number of tickets for 'national' films divided by the total number of theatre tickets) or, alternatively, the share of US films...»¹⁵.

En vue de stimuler le développement de leur expression culturelle, plusieurs pays ont effectivement recours aux exigences de contenu local, soit pour préserver un espace vital pour leur propre production, soit pour stimuler la production domestique en apportant une aide réservée à leurs seuls producteurs. C'est ainsi qu'aux termes de l'article 4 du *Broadcasting Services (Australian Content) Standard 1999*, pris en vertu de la Loi sur les services de radiodiffusion de 1992 en Australie, l'objectif de la réglementation, qui fixe les exigences de contenu domestique applicables aux radiodiffuseurs privés, est décrit comme étant «...d'inciter le secteur privé à jouer un rôle dans le développement d'une télévision qui reflète l'identité, le caractère et la diversité culturelle de l'Australie en assurant un accès continu à une programmation télévisuelle produite sous contrôle des créateurs australiens»¹⁶. Des exigences semblables se retrouvent également au Canada, où l'article 3 de la *Loi sur la Radiodiffusion* de 1991 prescrit, entre autres, que «toutes les entreprises de radiodiffusion sont tenues de faire appel au maximum, et dans tous les cas au moins de manière prédominante, aux ressources créatrices et autres canadiennes pour la création et la présentation de leur programmation» et que la Société Radio-Canada, elle-même, doit offrir une programmation principalement et typiquement canadienne qui contribue à l'expression culturelle et à l'échange des diverses formes qu'elle peut prendre». Ces obligations, telles qu'interprétées par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadien (CRTC), se traduisent par des exigences de contenu canadien de 60% pour la programmation globale et de 50% pour la programmation diffusée aux heures de grande écoute¹⁷. Il en va de même encore en France, où les dispositions de la Loi du 18 janvier 1992 imposent à toutes les chaînes de télévision l'obligation de diffuser 40% d'œuvres d'expression originale française et 60% d'œuvres européennes sur l'ensemble de leur programmation¹⁸, ainsi que dans nombre d'autres pays. Dans certains cas, comme celui du Chili, les exigences de contenu local font même l'objet de réserves spéciales dans l'Accord de libre-échange entre ce dernier et les États-Unis¹⁹.

¹⁵ Patrick Messerlin, «*Regulating Culture: Has It « Gone with the wind » ?* », The Australian National University, Achieving Better Regulation of Services, Conference Proceedings, Australian National University, Canberra, 26-27 June 2000, p. 303.

¹⁶ Notre traduction. Voir: <http://www.pc.gov.au/inquiry/broadcst/finalreport/chapter11.pdf>

¹⁷ Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadien (CRTC),

¹⁸ Voir Emmanuel Derieux, *Droit de la Communication*, 3^{ième} édition, L.G.D.J, Paris, 1999, p. 222. Les quotas en question sont fixés par le décret n° 90-66 du 17 janvier 1990 modifié.

¹⁹ Pour le texte de cet accord, voir: *Chile – U.S. Free Trade Agreement*, [<http://www.chileusafta.com/>] ou [<http://www.ustr.gov/new/fta/Chile/text/index.htm>]

Dans les pays où sont en vigueur des exigences de contenu local, on peut raisonnablement supposer que le niveau de contenu local atteint est au moins celui fixé par la réglementation nationale. De fait deux études, l'une française, l'autre australienne, confirment la justesse de cette hypothèse. Dans le cas de la France, le tableau suivant, produit par le Conseil supérieur de l'audiovisuel, montre qu'en 1997 et 1998, les exigences de contenu national étaient effectivement atteintes sinon dépassées par toutes les chaînes de télévision²⁰ :

Oeuvres audiovisuelles diffusées en 1997 et 1998 (*)

Quotas 24h/24H	TF1		France 2		France 3		Canal +		La 5e		M6	
	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998	1997	1998
oeuvres européennes (60%)	60,7%	62,1%	69,2%	70,3%	67,2%	65,7%	65,2%	62%	76,5%	77%	63,4%	62,7%
oeuvres EOF (40%)	53,5%	51,9%	50,8%	49,1%	51,8%	55,3%	52,5%	48,4%	59,8%	63,6%	46,4%	45,4%
Quotas heures de grande écoute (1) ou heures d'écoute significatives(2)												
oeuvres européennes (60%)	60,4%	67,5%	68,9%	68,6%	82,6%	81%	61,7%	75,7%	-	-	60,3%	60,8%
oeuvres EOF (40%)	53%	57%	57,7%	55,6%	57,9%	65,9%	50,2%	61,6%	-	-	40,6%	41,5%

(*) Source: 9ème et 10ème rapports du C.S.A.

Dans le cas de l'Australie, le rapport spécial de la Commission d'enquête sur la productivité dans le secteur de l'audiovisuel, qui couvre les années 1996, 1997 et 1998, montre bien également que les exigences de contenu australien par heures de transmission et par catégories (dramatiques, documentaires, émissions pour enfant) sont dans l'ensemble respectées et même souvent dépassées²¹.

Mais qu'en est-il dans les pays qui n'ont pas d'exigences de contenu national comme c'est souvent le cas en ce qui concerne la télévision et pratiquement toujours le cas en ce qui concerne le film?

²⁰ Les données présentées sont celles du Conseil supérieur de l'audiovisuel que l'on peut retrouver à l'adresse électronique suivante: <http://www.culture.gouv.fr/culture/dglf/rapport/1999/quotas-diffusion.html>

²¹ Australie, *Report of the Productivity Commission inquiry into Broadcasting*, 2000, chapter 11, p. 295: <http://www.pc.gov.au/inquiry/broadcast/finalreport/chapter11.pdf>

Dans ces derniers cas, seule la collecte des données sur le contenu local ou national peut donner une idée approximative de la consommation de biens et de services culturels d'origine locale ou nationale. Certains pays ont effectivement mis en place un mécanisme plus ou moins élaboré de collecte de données sur le sujet. On se contentera d'en donner ici deux exemples, l'un couvrant le secteur de la télévision, l'autre celui du film.

S'agissant de la télévision, une expérience particulièrement intéressante est celle de la Nouvelle-Zélande. Chaque année depuis 1990, une agence gouvernementale: la *New Zealand on Air*, qui a pour mission de refléter et de promouvoir le développement de la culture de la Nouvelle Zélande par le moyen de la radiodiffusion, procède à un décompte du nombre d'heures de contenu local sur les chaînes nationales de télévision, ajoutant à ces statistiques, depuis 1997, les données relatives aux opérations d'entreprises non nationales²². En 1999, la *New Zealand on Air* publiait une étude comparative du contenu local à la télévision dans dix pays incluant, outre la Nouvelle Zélande, les États-Unis, le Royaume-Uni, le Canada, la Norvège, l'Australie, la Finlande, l'Afrique du Sud, l'Irlande, les Pays-Bas et Singapour. Cette étude en arrivait à la conclusion que la Nouvelle Zélande se classait bonne dernière parmi les pays en question en ce qui concerne le pourcentage de contenu local à la télévision avec un résultat de 24%²³. Depuis, des efforts ont été faits en vue d'améliorer ce résultat et, en 2002, une légère amélioration était pour la première fois constatée. Il ressort très clairement de cette expérience néo-zélandaise que la collecte de données statistiques sur le contenu local à la télévision a joué un rôle important dans l'évolution récente de la politique de la Nouvelle Zélande en matière d'audiovisuel.

Toutefois, les approches nationales en matière de statistiques sur le contenu local à la télévision ne vont pas sans soulever de problèmes lorsqu'on veut dresser un tableau comparatif de la situation au plan international. Une première difficulté réside dans la définition du concept de contenu local qui est retenue pour des fins statistiques. Dans le cas de la Nouvelle Zélande, par exemple, le contenu local désigne tout matériel qui est à la fois produit pour l'essentiel en Nouvelle Zélande et qui reflète l'identité et la culture néo-zélandaise. Ainsi, des programmes, qui sont réalisés en Nouvelle Zélande mais qui ne reflètent d'aucune façon la réalité néo-zélandaise, n'entrent pas dans le contenu local

²² Pour le plus récent rapport concernant le contenu local, voir *New Zealand on Air, Local New Zealand Television Content 2002* :

<http://www.nzonair.govt.nz/media/policyandresearch/policypdfs/Local%20Content.pdf>

²³ <http://www.nzonair.govt.nz/media/policyandresearch/otherpublications/issues.pdf>

tout comme les programmes traitant de la Nouvelle-Zélande mais réalisés par des chaînes de télévision étrangères. Mais, il s'agit là évidemment d'une conception du contenu local qui est propre à la Nouvelle-Zélande. Au Canada, la définition d'une émission canadienne qu'utilise Statistique Canada est celle mise de l'avant par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadien, à savoir une émission dont le producteur est canadien, dont les membres de l'équipe de création sont canadiens et dont 75% des coûts de production et de post-production sont payés à des Canadiens²⁴. D'autres pays auront encore une définition du contenu local pour des fins statistiques, même si, sur certains points, elles peuvent se recouper. La seconde difficulté concerne la collecte dans les pays en développement de données statistiques sur le contenu local à la télévision. De telles statistiques dans bon nombre de ces pays demeurent tout simplement non disponibles.

Dans le domaine du film, plusieurs pays maintiennent également des statistiques sur la répartition du marché national selon la nationalité des films. Il est difficile de passer sous silence à cet égard le travail considérable du Centre national de la cinématographie en France, en ce qui concerne la collecte de données statistiques sur l'industrie du cinéma²⁵. Parmi ces données statistiques, on retrouve d'abord le tableau suivant qui présente le nombre de films produits annuellement:

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
films d'initiative française (1)	101	89	97	104	125	148	150	145	172	163
<i>dont films de coproduction</i>	34	28	34	30	39	46	35	34	46	57
films à majorité étrangère (2)	36	22	32	27	33	32	31	26	32	37
total films agréés (1)+(2)	137	111	129	131	158	180	181	171	204	200

Le nombre de films d'initiative française représente la mesure la plus pertinente de la production nationale. Il s'agit de films produits et financés intégralement ou majoritairement par des partenaires français, par opposition aux films dans lesquels les partenaires français n'interviennent que comme coproducteurs minoritaires, sans être les initiateurs des projets.

²⁴ Voir : http://www.crtc.gc.ca/frn/INFO_SHT/g11.htm

²⁵ Les tableaux qui suivent proviennent du Centre national de la cinématographie: voir http://www.cnc.fr/d_stat/fr_d_annuelle.htm

Mais, les tableaux les plus intéressants sont ceux qui concernent la consommation cinématographique. Parmi ceux-ci, on retrouve les deux tableaux suivants qui traitent des parts de marché selon la nationalité des films. Le premier est basé sur les entrées en salles:

Parts de marché selon la nationalité des films (%)

		1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002*
Films français		35,1	28,3	35,2	37,5	34,5	27,6	32,4	28,6	41,4	35,0
dont :	100% français	22,9	20,6	27,1	26,7	29,2	24,3	17,9	21,8	31,4	26,0
	Majoritaires français	11,5	5,7	5,6	7,2	4,2	2,3	11,8	5,4	8,6	7,4
	Minoritaires français	0,7	2,0	2,5	3,5	1,1	1,0	2,8	1,3	1,5	1,7
Films américains		57,1	60,9	53,9	54,3	52,2	63,2	53,9	62,3	46,5	49,9
Films européens (hors France)		4,4	8,7	8,4	6,2	10,0	7,6	11,1	6,3	7,8	8,4
dont :	Britanniques	2,7	7,0	6,5	5,1	8,9	4,5	8,7	4,7	5,7	4,9
	Allemands	0,3	0,5	1,1	0,4	0,2	0,2	0,6	0,6	0,9	0,8
	Italiens	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2	2,1	0,9	0,4	0,3	0,2
Films d'autres nationalités		3,4	2,0	2,4	2,0	3,3	1,6	2,6	2,8	4,3	6,7
Total		100,0									

Une autre façon de calculer les parts de marché selon la nationalité des films est de prendre en considération les recettes guichets. Comme on pourra le constater à l'aide du tableau suivant, les résultats sont sensiblement identiques:

Parts de marché en recettes guichets

(%)	Films français	Films européens (hors France)	Films américains	Autres films
1993	33,6	4,0	55,7	6,7
1994	28,3	8,6	61,3	1,9
1995	35,2	8,4	54,0	2,4
1996	37,3	6,0	54,7	2,0
1997	34,2	10,0	52,2	3,5
1998	27,2	7,2	64,0	1,7

1999	32,2	11,1	54,1	2,6
2000	28,2	6,0	63,1	2,6
2001	41,5	7,3	46,8	4,3
2002*	34,8	8,4	50,2	6,7

* Données provisoires.

Ces données sur les parts de marché selon la nationalité des films reposent sur une définition de la nationalité des films que l'on retrouve dans la législation nationale française. Mais, dès lors que l'on compare les statistiques françaises avec celles d'autres pays, cela soulève à nouveau le problème de la nationalité de l'œuvre. À ce sujet, il apparaît approprié de citer les propos suivants de l'observatoire européen de l'audiovisuel :

La question de la définition de la nationalité des films est complexe. Il n'existe pas de définition internationale, ni même européenne, des critères de nationalité. Une étude réalisée par Me M. Györy pour l'Observatoire²⁶ a examiné la différence des critères adoptés dans diverses réglementations nationales. Le problème n'est pas seulement juridique, mais également statistique. La comparaison des listes fournies par les diverses sources nationales que nous utilisons est édifiante à cet égard: les pays coproducteurs ne sont pas nécessairement indiqués (même lorsque le coproducteur principal relève d'un autre pays). Dans les listes nationales - et dans les statistiques à partir desquelles elles sont élaborées - un même film peut avoir des nationalités très différentes. Le calcul des parts de marché sera très différent suivant que l'on considère, par exemple, qu'un James Bond est un film de coproduction britannique/américaine (GB/US) ou qu'il est purement américain (US).²⁷

Toutefois, un système international d'identification des œuvres cinématographiques et audiovisuelles est actuellement en cours à l'Organisation internationale de normalisation (ISO) qui devrait faciliter la constitution de bases de données comparatives sur la nationalité des œuvres cinématographiques.

Malgré les difficultés qui entourent la collecte des données statistiques sur la production et la consommation de films et d'émissions de télévision, deux organisations internationales à vocation culturelle : l'UNESCO et le Conseil de l'Europe, ont entrepris depuis un certain temps de rendre accessible des données de base sur le sujet et ce, de façon récurrente. Dans le cas de l'UNESCO, on retrouve un exemple de ces données dans le Rapport mondial sur la culture pour les années 1998 et 2000. Malheureusement, en ce qui concerne la télévision, ces données ne renseignent guère sur la part de la production nationale dans l'ensemble de la consommation télévisuelle. S'agissant du film, par contre, des données relatives au nombre de films produits par un pays ainsi qu'au nombre de

²⁶ Michel Györy, *Production et distribution de films en Europe. La question de la nationalité*, Observatoire européen de l'audiovisuel, Strasbourg, 2000. Voir : http://www.obs.coe.int/online_publication/reports/natfilm.html.fr

²⁷ Voir : <http://lumiere.obs.coe.int/web/sources/FR/astuces.html>

films importés par ce même pays pendant une période donnée sont fournis. Bien que ces statistiques ne concernent pas la consommation en tant que telle, elles donnent malgré tout une idée de la répartition de celle-ci entre production locale et production étrangère, particulièrement dans le cas des pays qui n'ont aucune production domestique de films. Il est à souligner par ailleurs qu'à peine 50% des pays membres de l'UNESCO ont été en mesure de fournir des données pendant les périodes de référence (1990-1995 pour le Rapport mondial sur la culture de 1998 et 1994-1998 pour le Rapport mondial sur la culture de 2000).

Dans le cas du Conseil de l'Europe, l'Observatoire européen de l'audiovisuel, dans une publication qui s'intitule *FOCUS-Tendances du marché mondial du film*, présente depuis 1998 sous une forme condensée une analyse des résultats et des tendances pays par pays, illustrée des principaux chiffres de l'année. On y retrouve des statistiques beaucoup plus claires sur la production nationale de films et aussi, depuis 2000, des statistiques sur la répartition des parts du marché national entre les films d'origine nationale, d'origine américaine et d'origine autres; ces deux dernières catégories toutefois n'étant pas toujours distinguées. En 2003, de telles statistiques concernant les parts de marché étaient disponibles pour les États-Unis, le Canada, l'Australie, l'Union européenne, l'Allemagne, l'Espagne, la France, l'Italie, le Royaume-Uni, la Belgique, le Luxembourg, les Pays-Bas, la Suisse, le Danemark, l'Islande, la Finlande, la Norvège, la Suède, la Fédération de Russie, le Japon et la Corée du Sud²⁸. Bien qu'elles s'appuient pour l'essentiel sur des données provenant des pays concernés, elles permettent, à travers une publication qui facilite la comparaison, de se faire une meilleure idée de la situation de ces derniers au plan de l'expression culturelle.

Aussi bien au niveau des États qu'au niveau des organisations internationales à vocation culturelle, comme on peut le constater, le recours au concept de contenu local ou national pour juger de l'expression culturelle d'une communauté dans les secteurs du film et de la télévision s'avère de plus en plus courant. Ce développement témoigne de l'intérêt et de la pertinence d'un tel indicateur pour la gouverne des États sur le plan culturel et pour la coordination de l'action culturelle au plan internationale. Nous verrons plus loin en conclusion les constats préliminaires qu'il y a lieu de tirer de ces statistiques. Mais auparavant, il nous faut voir le rôle complémentaire que joue le contenu étranger en tant qu'indicateur d'ouverture à l'expression culturelle étrangère.

²⁸ Voir : http://www.obs.coe.int/online_publication/reports/focus2003.pdf

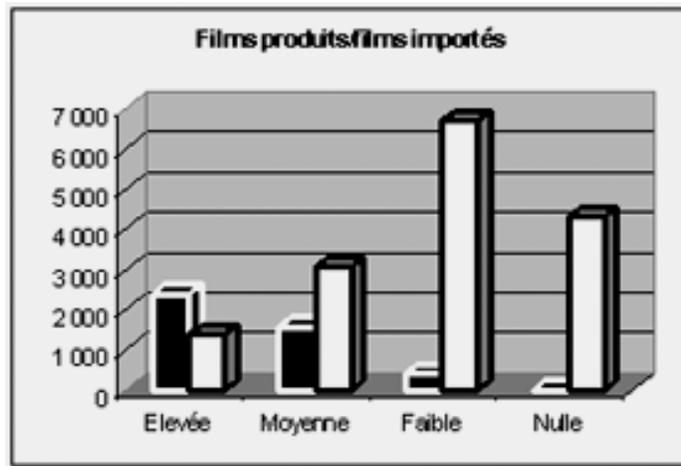
II Le contenu étranger en tant qu'indicateur d'ouverture à l'expression culturelle étrangère

Dès lors qu'on dispose de statistiques sur le contenu local ou national à la télévision et au cinéma (exprimé en part du temps total de programmation pour la télévision ou en part du marché national pour le film), on dispose par le fait même d'une donnée complémentaire qui est le contenu étranger. Cette dernière donnée mesure concrètement l'ouverture d'un pays à l'expression culturelle étrangère, mais sans établir de distinction en fonction du pays d'origine des émissions de télévision ou des films. Or, cette vaste catégorie résiduaire peut très bien recouvrir dans les faits un nombre relativement limité de pays et même à la limite un seul. Ainsi, selon *Focus 2003*, il appert qu'en 2002, 88,1% du marché allemand du film était occupé par des productions américaines et 11,9% par des productions allemandes, ce qui surprend et laisse quelque peu perplexe. Dans la majorité des cas, toutefois, les données sur le contenu étranger distinguent entre le principal fournisseur étranger, en général les États-Unis, parfois le second fournisseur en importance et le reste du monde. Ainsi, toujours selon *Focus 2003*, la répartition du marché national français du film se présentait en 2002 de la manière suivante: production nationale: 34%, production américaine: 56% et production du reste du monde: 10%.

Lorsqu'on parle d'ouverture à l'expression culturelle étrangère dans le secteur audiovisuel, par ailleurs, il ne faut pas croire que cette ouverture est le résultat dans tous les cas d'une volonté politique délibérée. En fait, on pourrait presque avancer comme règle générale que cette ouverture est inversement proportionnelle à la capacité de production de chaque État dans ce secteur. Cette hypothèse semble trouver confirmation dans l'enquête sur les cinémas nationaux réalisée en 1999 par l'UNESCO²⁹. Dans cette enquête, l'UNESCO soulève la question du rapport entre les films produits localement et les films importés. Un tableau qui distingue à cet égard entre les pays à production élevée, moyenne, faible et nulle, donne les résultats suivants³⁰:

²⁹ Voir : http://www.unesco.org/culture/industries/cinema/html_fr/survey.shtml

³⁰ Voir : http://www.unesco.org/culture/industries/cinema/html_fr/table6.shtml



Ainsi, les pays les plus ouverts à l'expression culturelle étrangère dans les faits sont, par la force des choses, ceux dont la capacité de production dans les domaines du film et de la télévision est quasi inexistante et qui doivent donc se tourner vers l'importation pour répondre à leurs besoins. C'est le cas, comme on l'a déjà vu, d'un bon nombre de pays parmi les moins favorisés ainsi que des micro États. À l'opposé, le pays dont la capacité de production et de mise en marché dans ces domaines est la plus considérable est aussi celui dont la part de marché réservée aux productions étrangères est la plus restreinte, à savoir les États-Unis. En 2002, toujours selon *Focus 2003*, les parts du marché américain du film se répartissaient comme suit: production américaine: 93,9%; production européenne: 4,6% ; production du reste du monde: 1,5%. Or, aussi bien dans le cas des pays très largement envahis par la production étrangère que dans le cas des pays ouverts quasi exclusivement aux seuls films d'origine nationale, il y a lieu de s'inquiéter pour la préservation de la diversité culturelle.

La situation apparaît particulièrement préoccupante dans le cas des pays dont la production cinématographique est faible ou nulle, ce qui inclut, d'après l'étude précitée de l'UNESCO, plus de la moitié des membres de l'Organisation, la plupart des pays en développement mais aussi des pays développés³¹. Malheureusement, l'emprunt forcé à la cinématographie étrangère pour combler la demande d'un pays ne peut remplacer une production nationale essentielle au développement culturel de celui-ci. Le problème est encore plus grave lorsque l'emprunt à la production étrangère ne se limite pas au secteur du film mais existe aussi dans le secteur de la télévision, comme c'est encore une fois le cas dans bon nombre de pays en développement où il atteint souvent des

³¹ Il s'agit de pays produisant en moyenne moins de 20 films par année.

proportions importantes. Un pays ne peut être ainsi privé de sa propre expression culturelle dans les secteurs du film et de la télévision sans qu'il en résulte des conséquences pour la société.

Tout à fait à l'opposé, on retrouve le problème de la très faible pénétration des cinématographies étrangères sur le marché américain, et à un moindre degré sur le marché européen, ce qui demeure, d'un point de vue culturel, un problème tout aussi préoccupant. En ce qui concerne les États-Unis, les statistiques montrent que bon an mal an, la part de la cinématographie étrangère sur le marché américain dépasse rarement 6%³². Diverses explications pour cet apparent manque d'intérêt pour la production cinématographique étrangère ont été avancées, allant de la qualité intrinsèque des films américains (rythme, effets spéciaux, accessibilité, etc.) à la prédominance du cinéma d'auteur dans la cinématographie étrangère³³. Mais, de telles explications, lorsqu'elles se vérifient, demeurent néanmoins partielles. Elles ne disent rien de l'intégration verticale très poussée de l'industrie cinématographique américaine (production, distribution, diffusion), ni des stratégies pour inonder le marché (publicité massive) ou pour le fidéliser («*star system*», «*remake*» d'un film étranger à succès avec des acteurs locaux). En fait, la situation s'apparente à certains égards à celle que dénonçait les États-Unis à la fin des années 1980 relativement au déséquilibre prononcé de ses échanges avec le Japon. Dans le secteur de l'automobile plus particulièrement, le gouvernement américain avait alors allégué l'existence d'empêchements structurels (empêchements liés à l'organisation et au fonctionnement même de l'économie plutôt qu'à des politiques commerciales en tant que telles) pour obtenir du Japon diverses mesures susceptibles de favoriser la vente des voitures américaines sur le marché de ce dernier, dont, entre autres, un engagement d'augmenter de plusieurs centaines le nombre de points de vente de telles voitures³⁴.

En ce qui concerne l'Europe, la part de marché des films non européens et non américains, comme le fait remarquer André Lange, varie entre 1 et 3,6%. Pour appuyer encore davantage son commentaire, Lange renvoie à une étude de l'Observatoire européen de l'audiovisuel, réalisée à l'occasion de la Conférence: "*L'industrie cinématographique et audiovisuelle de l'Union*

³² Supra, note 25.

³³ Voir Paul Warren, *Techniques hollywoodiennes à succès*, Presses de l'Université Laval (Québec) et Presses de la Sorbonne (Paris), 1995.

³⁴ Voir de façon générale sur la question des empêchements structurels : Y.S. Laneeaux, « International Trade : Joint Report of the United States – Japan Working Group on the Structural Impediments Initiative » 28 Juin 1990 , Harvard International Law Journal, Vol. 32 (1991); voir aussi en ce qui concerne plus particulièrement les développements dans le secteur de l'automobile: « U.S.-Japan Automotive Agreement Implementation Report, Criteria and Data, Motor Vehicles » : http://www.ustr.gov/reports/japan_auto/apr_1996/vehicles.html

européenne et des pays tiers", organisée par la Présidence espagnole de l'Union européenne (Madrid, 18-19 avril 2002); étude qui analyse les entrées des films de trois aires géographiques ayant des relations économiques et culturelles "privilégiées" avec l'Union européenne, à savoir les pays d'Europe centrale et orientale, les pays du pourtour méditerranéen non membres de l'Union européenne et enfin les pays d'Amérique latine. Il ressort de cette étude qu'entre 1996 et 2001, les films d'Europe centrale et orientale n'ont obtenu que 0,054% du marché de l'Union européenne, ceux du pourtour méditerranéen que 0,084% et ceux d'Amérique latine que 0,14%.

C'est uniquement à partir des statistiques de cette nature qu'il est permis de réaliser l'ampleur du travail qu'il reste à faire afin de donner à la grande diversité des expressions culturelles la chance de s'exprimer au plan international. Déjà, certains pays, préoccupés par le manque d'accès à la diversité de l'offre cinématographique mondiale, ont commencé à envisager des réponses à ce problème qui concerne au premier chef les pays en développement, mais aussi bon nombre de pays développés dont la production cinématographique demeure, pour différentes raisons (étroitesse du marché local, subdivision en plusieurs marchés distincts, langues, etc.), relativement modeste³⁵. Mais beaucoup reste à faire comme le montre le fait que les statistiques sont pratiquement inexistantes sur l'ouverture des pays en développement eux-mêmes à la production culturelle des autres pays en développement.

CONCLUSION

Dans l'enquête sur les cinémas nationaux réalisée en 1999 par l'UNESCO, les auteurs de cette dernière, commentant les résultats obtenus concernant les marchés cinématographiques nationaux à partir d'indicateurs tels que le nombre de productions cinématographiques importées, le nombre de salles de projections, le nombre total annuel d'entrées en salle ou encore le nombre de compagnies nationales ou étrangères de diffusion opérant dans le pays, concluaient: «Il serait sans doute plus pertinent d'étudier la différence entre le nombre de spectateurs pour les films nationaux et ceux pour les productions étrangères»³⁶. Sans décrier l'utilité d'autres indicateurs de diversité culturelle, comme nous le mentionnons en introduction, il nous apparaît effectivement plus pertinent et plus

³⁵ Pour obtenir une idée de ces réponses, voir Ivan Bernier, «Pour un meilleur accès à la diversité de l'offre cinématographique étrangère», *Chronique*, juillet 2003: <http://www.mcc.gouv.qc.ca/international/diversite-culturelle/chronique.html>

³⁶ Voir: http://www.unesco.org/culture/industries/cinema/html_fr/market.shtml

urgent, dans le cadre des négociations qui s'engagent sur une nouvelle convention internationale sur la protection de la diversité des contenus culturels et des expressions artistiques, de compléter le travail qui reste à faire pour enfin disposer d'une base de données crédible et la plus large possible en ce qui concerne l'expression culturelle des communautés culturelles existantes et leur ouverture à l'expression culturelle des autres communautés. Il sera toujours possible par la suite de raffiner les résultats obtenus. S'agissant de l'expression culturelle, par exemple, une nouvelle perspective sur les résultats recueillis pourrait être obtenue simplement en considérant ceux-ci sur une base *per capita*. Le problème majeur se situe au niveau des pays en développement. Si certains d'entre eux tiennent déjà des statistiques sur les questions qui nous intéressent, la vaste majorité ne le font pas, soit parce qu'ils ne sont pas en mesure de le faire ou soit parce qu'ils n'ont pas de production propre ou n'ont qu'une production minimale dans les secteurs concernés. En tout état de cause, le simple fait d'établir ce qui en est exactement dans chaque cas constituerait une information fort utile en soi et sur la base de cette connaissance, une action pertinente d'aide pourrait être entreprise.

Le but de l'exercice que nous proposons ici n'est pas de faire de la collecte des données statistiques suggérées une condition préalable à la négociation d'une convention internationale sur la protection de la diversité des contenus culturels et des expressions artistiques. La nécessité d'une telle convention est liée d'abord et avant tout à l'absence d'un forum susceptible de favoriser le développement d'une vision proprement culturelle du rapport entre commerce et culture. Ceci étant, il n'en demeure pas moins que les données disponibles, même si elles sont loin d'être complètes, font déjà ressortir avec clarté le besoin d'un tel instrument international. Le but premier de l'exercice à cet égard est plutôt de mettre en évidence les données en question et de les compléter dans les meilleurs délais. À plus long terme, cette banque de données de base, raffinée et élargie à d'autres indicateurs, pourra, nous l'espérons, contribuer à favoriser une meilleure compréhension des facteurs qui font que le développement d'une expression culturelle dynamique, dans les secteurs du film et de la télévision, demeurent encore pour bon nombre d'États un idéal lointain alors que d'autres États demeurent, pour des raisons diverses, relativement imperméables à la diversité des expressions culturelles existantes.
