

## **Bilan d'étape mission culture-acte 2**

jeudi 6 décembre 2012

contact Presse

### **Département de l'information et de la communication**

Service de presse  
tél. : 01 40 15 74 71  
service-presse@culture.gouv.fr

[www.culturecommunication.gouv.fr](http://www.culturecommunication.gouv.fr)

[www.facebook.com/  
ministere.culture.communication](http://www.facebook.com/ministere.culture.communication)

<https://twitter.com/MinistereCC>

**[www.culture-acte2.fr](http://www.culture-acte2.fr)**



**culture-acte2**

## **Sommaire**

Objet, méthode et calendrier  
page 3

Les auditions  
page 7

Accès des publics à la culture et développement de l'offre légale  
page 13

Défense et adaptation des droits de propriété intellectuelle  
page 17

Rémunération des créateurs et financement de la création  
page 20

## Objet, méthode et calendrier

### 1. Objet et périmètre de la mission

#### 1.1 Rappel : la lettre de mission

Par une lettre du 6 août 2012 signée de la ministre de la Culture et de la Communication, le gouvernement a confié à Pierre Lescure une « *mission de concertation sur les contenus numériques et la politique culturelle à l'heure du numérique* ». Cette mission doit permettre de préparer « l'Acte II de l'exception culturelle », c'est-à-dire l'adaptation des mécanismes et instruments mis en place dans les années 1980 pour favoriser la création et la diffusion des œuvres culturelles, aux enjeux de la révolution numérique, qui renouvelle les contenus et transforme les relations entre créateurs, industries créatives et usagers.

Les propositions de la mission doivent permettre « *de favoriser le développement des œuvres et des pratiques culturelles numériques et d'assurer l'accès de tous à celles-ci, de soutenir la création et la diversité, de valoriser les retombées économiques pour le territoire national et de lutter contre la contrefaçon commerciale* ».

#### 1.2 Périmètre de la mission

· La mission doit contribuer à la définition d'une politique culturelle adaptée aux enjeux numériques. Sa réflexion concerne prioritairement les « contenus » produits par les « industries culturelles » à destination du grand public : livre, musique, cinéma et audiovisuel, presse, jeu vidéo, photographie... Les questions, par ailleurs cruciales, de la transformation numérique des institutions culturelles publiques (administrations, musées, bibliothèques, théâtres publics etc.), de la prise en compte des enjeux et outils numériques dans l'éducation artistique et culturelle, ou encore des nouvelles formes de création (« arts numériques ») ne relèvent pas du cœur de la mission.

· Dans ce cadre général, conformément au souci de prendre en compte les intérêts respectifs des créateurs, des industries culturelles et des publics, la réflexion de la mission s'articule autour des trois thèmes suivants :

- accès des publics aux œuvres culturelles et développement de l'offre légale ;
- rémunération des créateurs et financement de la création ;
- protection et adaptation des droits de propriété intellectuelle.

· Dans plusieurs des domaines couverts par la mission, d'importantes évolutions devraient intervenir dans les semaines à venir et avant même la restitution du rapport : adoption des nouveaux barèmes de la rémunération pour copie privée, notification d'un nouveau régime de TST-distributeurs, conclusions de la « médiation Schwartz » sur le conflit entre les éditeurs de presse et les moteurs de recherche, présentation du rapport sur la fiscalité numérique de MM. Colin et Collin, modification éventuelle de la législation sur l'exception pédagogique... Ces évolutions seront suivies avec attention par la mission et prises en compte dans l'élaboration de ses propositions.

Conformément à l'ambition qu'implique l'expression « Acte II de l'exception culturelle », la mission s'efforcera de proposer, au-delà des ajustements techniques à apporter à court terme aux dispositifs existants, les grands principes d'une politique culturelle adaptée aux enjeux numériques et susceptible de s'adapter aux évolutions futures.

## **1.3 Enjeux européens et internationaux**

Une grande partie des questions étudiées sont encadrées par des normes, plus ou moins contraignantes, de niveau communautaire (ex : règles relatives à la fiscalité ou aux aides d'Etat, directive e-commerce, jurisprudence de la CJUE sur la copie privée...) ou international (ex : traités OMPI, convention de l'UNESCO sur la diversité culturelle...). En outre, la révolution numérique ignorant largement les frontières, toute politique culturelle conçue dans un cadre purement national serait d'emblée vouée à l'échec.

La mission s'appuiera donc sur les enseignements tirés des comparaisons internationales. Elle distinguera, parmi ses propositions, celles qui sont compatibles avec le cadre juridique communautaire et international existant, et celles qui nécessitent une modification de ce cadre. Conformément à la lettre de mission, elle s'efforcera de proposer, en lien avec le ministère des affaires étrangères et européennes, une stratégie communautaire et internationale globale.

## **2. Composition et calendrier de la mission**

· Présidée par Pierre Lescure, directeur général délégué du théâtre Marigny, la mission est coordonnée par Jean-Baptiste Gourdin, conseiller référendaire à la Cour des comptes, et comprend :

- trois rapporteurs : Sarah Lacoche, inspectrice des finances, Juliette Mant, juriste en droit des médias et ancienne assistante parlementaire, Raphaël Keller, chargé de mission à la direction générale des médias et des industries culturelles (DGMIC) du ministère de la Culture et de la Communication ;

- trois experts : Jean-Philippe Mochon, chef du service des affaires juridiques et internationales au secrétariat général du ministère de la Culture et de la Communication, Frédéric Bokobza, sous-directeur du développement de l'économie culturelle à la DGMIC du ministère de la Culture et de la Communication, et Thierry Chèze, journaliste de cinéma ;

- une assistante : Marie-Laure Drouin.

· Après une première phase consacrée au diagnostic de la situation existante et à la mise à plat des questions, la mission se déroule en deux temps :

- d'octobre à décembre 2012, la mission auditionne l'ensemble des acteurs concernés par les sujets qu'elle est chargée de traiter ;

- de janvier à mars 2013, elle élaborera des propositions qu'elle soumettra à la concertation en vue d'obtenir le plus grand consensus possible.

## **3. Bilan des travaux au 6 décembre**

### **3.1 Les auditions**

La mission a auditionné 60 organismes, entreprises ou personnalités. Au total, une centaine d'auditions est prévue. Les contraintes d'agenda de certains auditionnés ont conduit la mission à prolonger la phase de la mission, qui devait s'achever fin décembre 2012, jusqu'au 15 janvier 2013.

A ce jour, seules deux entités ont refusé d'être entendues par la mission : l'organisation de défense des droits et libertés des citoyens sur Internet « La Quadrature du Net » et l'association de consommateurs « UFC-Que choisir ».

Chaque audition dure en moyenne 1h30 et se décompose schématiquement en une heure de présentation suivie d'une demi-heure de questions / réponses. Les auditions sont retransmises en différé sur le site de la mission en format audio ou vidéo, et accompagnées d'une synthèse écrite rédigée par la mission et validée par l'auditionné. Les internautes ont la possibilité de commenter chaque audition directement sur le site.

La qualité des présentations préparées par les auditionnés, la richesse des échanges et l'intérêt suscité, dans la presse et sur internet, par ces auditions, confirment la pertinence de la démarche ouverte et transparente adoptée par la mission.

De nombreux auditionnés ont, par ailleurs, insisté sur la cohérence des différents chantiers couverts et se sont félicités du mandat large confié par le gouvernement à la mission. En particulier, plusieurs intervenants ont insisté sur la nécessité d'inclure la réflexion sur la protection du droit d'auteur et l'avenir de l'Hadopi dans une analyse plus large des mécanismes de financement de la création, de rémunération des créateurs et de développement de l'offre légale.

### **3.2 Les déplacements en province**

Conformément à l'objectif, rappelé dans la lettre de mission, de « faire vivre le débat en régions », trois déplacements (à Rennes les 8 et 9 novembre, à Aix-Marseille les 27 et 28 novembre et à Bordeaux les 12 et 13 décembre) permettent à la mission de rencontrer les acteurs du monde de la culture et du numérique et de dialoguer avec les étudiants et le grand public.

Ces rencontres ont révélé de fortes attentes à l'égard de la mission, qui vont bien au-delà de la question de la lutte contre le piratage, même si celle-ci suscite un fort intérêt. Elles ont permis de mettre en évidence la vitalité des pratiques et les liens de plus en plus étroits qui unissent les mondes de la culture et du numérique, loin de l'image parfois véhiculée par les organisations représentatives nationales. Elles ont aussi mis en lumière la transformation profonde des usages, notamment chez les jeunes : la culture de la gratuité, de l'immédiateté et de la profusion n'est exclusive ni d'un appétit pour une culture exigeante ni d'une certaine conscience des enjeux liés au droit d'auteur et à la rémunération des créateurs.

### **3.3 Le blog participatif**

Le blog de la mission offre aux internautes la possibilité, d'une part, de commenter les auditions mises en ligne et, d'autre part, de donner leur point de vue sur les différents thèmes proposés par la mission (10 questions à ce jour, telles que « Internet a-t-il changé votre rapport à la culture et aux médias ? », « Quelles devraient être les priorités de la politique culturelle à l'ère numérique ? », ou encore « Combien êtes-vous prêts à payer pour une œuvre ? »).

Depuis son ouverture, le blog participatif a enregistré 11 492 visites, avec un pic au mois d'octobre, au moment des premières auditions (5 317). Il compte 295 abonnés et a donné lieu à 248 commentaires. Le sujet le plus commenté est celui sur les modes de consommation culturelle en ligne (56 commentaires). En revanche, les auditions ont été très peu commentées, probablement en raison de leur longueur et en dépit de la mise en ligne de synthèses écrites.

Les points de vue exprimés par les internautes frappent par leur diversité et, souvent, par leur caractère constructif : pour quelques interventions irréfléchies ou délibérément provocatrices, le blog a enregistré de nombreuses contributions argumentées et étayées, dont certaines contiennent des liens vers des analyses juridiques, économiques ou sociologiques de grande qualité, ainsi que des propositions constructives. Ces contributions, qui éclairent les attentes du public en matière d'accès en ligne aux œuvres culturelles, alimenteront la réflexion de la mission.

### **3.4 La coopération des administrations et organismes publics**

La présence, au sein de la mission, de deux experts du ministère de la Culture et de la Communication, garantit une collaboration étroite avec les services de la DGMIC et du Secrétariat général. De nombreuses fiches techniques ont été demandées à ces services et sont en cours de rédaction.

Parallèlement, si la mission a pris le parti de ne pas recevoir en audition les organismes publics ou parapublics, plusieurs réunions de travail et entretiens informels ont été organisés avec le MAEE, le SGAE, la DLF, le CNC, l'HADOPI, le président du CSPLA le président de la Commission copie privée... D'autres entretiens de ce type sont prévus avec le CSA, l'ARCEP, la CNIL, le CNL, la BNF, l'INA, le CGI, OSEO, l'IFCIC, etc.

## **4. Prochaines échéances**

· Une fois les auditions achevées, la mission identifiera les pistes de réflexion susceptibles de déboucher sur des propositions concrètes. Chacune de ces pistes sera approfondie à travers une double démarche :

- d'une part, la mobilisation des experts compétents (administrations, organismes publics ou parapublics, chercheurs...) afin de formaliser les propositions et d'en vérifier la faisabilité juridique et technique, la pertinence économique, le coût budgétaire, les incidences institutionnelles, etc. ;

- d'autre part, l'organisation de concertations thématiques avec l'ensemble des acteurs concernés (organisations professionnelles, sociétés de gestion collective, associations...) afin d'obtenir, sur les propositions de la mission, le plus grand consensus possible.

· Un deuxième comité de pilotage, au cours de la première quinzaine de février, permettra à la mission de rendre compte de l'avancement de ces travaux et d'informer les ministres sur les pistes explorées.

· Un rapport provisoire sera établi pour le 15 mars et soumis aux différentes parties prenantes afin de leur permettre de réagir avant la finalisation du rapport, qui sera remis au gouvernement le 31 mars.

## Les auditions

### 1. Vue d'ensemble

Au 6 décembre 2012, la mission a auditionné 60 organismes ou personnalités ; 40 autres auditions sont prévues en décembre 2012 et janvier 2013.

La mission a souhaité entendre l'ensemble des acteurs concernés par l'acte II de l'exception culturelle et par les politiques culturelles à l'heure du numérique. Cette volonté se reflète dans la grande diversité des 100 auditions réalisées ou à venir, qui se répartissent comme suit :

- par nature d'organisme : 57 associations, syndicats, fédérations ou groupements, 10 sociétés civiles (SPRD), 19 entreprises, 14 *think tanks* ou personnalités ;
- par métier / famille d'acteurs : 19 représentants des créateurs (auteurs, compositeurs, artistes), 24 des producteurs / éditeurs, 17 des diffuseurs / distributeurs, 14 des services en ligne, 9 des fournisseurs d'accès internet, fabricants de matériels et éditeurs de logiciels, 4 des publics et utilisateurs, ainsi que 13 experts (universitaires, chercheurs, élus...)
- Par secteur : 25 représentants du cinéma et de l'audiovisuel, 19 de la musique et du spectacle, 5 du livre, 4 de la photographie, 2 de la presse, 2 du jeu vidéo, 23 de l'informatique et de l'internet (FAI, fabricants de matériels, éditeurs de services en ligne, plateformes...), ainsi que 20 acteurs transversaux.

Pour des raisons budgétaires, seul un quart des auditions fait l'objet d'une captation vidéo. Les autres auditions sont enregistrées uniquement en format audio.

## 2. Les auditions réalisées

Au 6 décembre 2012, la mission a auditionné 60 organismes, entreprises ou personnalités :

Entité ou personnalité auditionnée	Date	Format
ACCEN - Assemblée pour la culture et la création à l'ère du numérique	5 octobre	audio
ADAMI - administration des droits des artistes et musiciens interprètes	15 octobre	vidéo
AFDEL - Association française des éditeurs de logiciels et solutions internet	4 décembre	audio
ALPA - Association de Lutte Contre la Piraterie Audiovisuelle	2 octobre	vidéo
ALTAiR - Think tank culture médias	30 novembre	audio
APC - Association des Producteurs de Cinéma	18 octobre	vidéo
API - Association des producteurs indépendants du cinéma	3 décembre	audio
ARP - Société civile des Auteurs Réalisateurs Producteurs	2 octobre	vidéo
BABINET Gilles	22 novembre	audio
BENGHOZI Pierre-Jean	3 octobre	audio
BENHAMOU Françoise	24 octobre	audio
BOMSEL Olivier	22 novembre	audio
CGT- Spectacle (FNSAC-CGT)	22 novembre	audio
DailyMotion	9 octobre	vidéo
DIRE - Syndicat professionnel des distributeurs indépendants réunis européens	13 novembre	audio
ESML - Association des éditeurs de services de musique en ligne	7 novembre	vidéo
FFT - Fédération Française des Télécoms	29 novembre	audio
FIEEC- Fédération des industries électriques, électroniques et de communication	6 novembre	audio
FNCF - Fédération nationale des cinémas français	12 octobre	vidéo
FNDF - Fédération nationale des distributeurs de films	21 novembre	vidéo
FREE / ILIAD	14 novembre	vidéo
France Telecom -ORANGE	30 octobre	vidéo
GESTE - groupement des éditeurs de contenus et de services en ligne	16 octobre	audio
GOOGLE Europe	10 octobre	vidéo
Groupe M6	19 novembre	vidéo
IABD - Interassociation archives bibliothèques documentation	17 octobre	vidéo
My Major Company	4 octobre	audio
MySkreen	5 novembre	audio
PAJ - Photographes - Auteurs - Journalistes	18 octobre	audio



Parti Pirate français	6 décembre	vidéo
PRODISS Union du spectacle Musical et de Variétés	29 novembre	audio
PROFEDIM – Syndicat des producteurs, festivals, ensembles, diffuseurs indépendants de musique	30 novembre	audio
QOBUZ	15 octobre	audio
Renaissance Numérique	3 décembre	audio
SACD - Société des Auteurs et Compositeurs Dramatiques	8 octobre	vidéo
SACEM - Société des Auteurs, Compositeurs et Editeurs de musique	19 novembre	vidéo
SAIF - Société des auteurs des arts visuels et de l'Image fixe	21 novembre	audio
Savoirs Com1	26 septembre	vidéo
SCAM – Société civile des auteurs multimédia	8 octobre	audio
SEVAD – Syndicat des éditeurs de vidéo à la demande	20 novembre	vidéo
SEVN - Syndicat de l'Édition Vidéo Numérique	11 octobre	audio
SFA – Syndicat français des artistes interprètes	6 novembre	audio
SFIB - syndicat de l'industrie des technologies de l'information	11 octobre	audio
SIMAVELEC - syndicat des industries de matériels audiovisuels électroniques	26 octobre	audio
SLF – Syndicat de la librairie française	23 octobre	audio
SNAC – Syndicat national des auteurs et des compositeurs	23 novembre	audio
SNAM CGT– Union nationale des syndicats d'artistes musiciens	5 novembre	audio
SNE – Syndicat national de l'édition	14 novembre	vidéo
SNEP – Syndicat national de l'édition phonographique	9 octobre	audio
SNJV - syndicat national du jeu vidéo	23 novembre	vidéo
SPEDIDAM - Société de perception et de distribution des droits des artistes-interprètes	17 octobre	vidéo
SPI – Syndicat des producteurs indépendants	12 octobre	audio
SPPF - Société Civile des Producteurs de Phonogrammes en France	24 octobre	audio
SPQN – Syndicat de la presse quotidienne nationale	4 octobre	vidéo
Terra Nova	13 novembre	audio
UNAC- Union nationale des auteurs et compositeurs	23 novembre	audio
UPF– Union des producteurs de films	25 octobre	audio
UPFI – Union des producteurs phonographiques français indépendants	24 octobre	audio
UPP - Union des photographes professionnels/auteurs	26 octobre	audio
WIKIMEDIA France - Association pour le libre partage de la connaissance	19 octobre	audio

**3. Les auditions à venir**

<b>Entité ou personnalité auditionnée</b>	<b>Date</b>
ADAGP- Société des auteurs dans les arts graphiques et plastiques	7 décembre 2012
BLANDIN Marie-Christine	21 décembre 2012
BLOCHE Patrick	14 décembre 2012
BOUYGUES Telecom	10 décembre 2012
Canal +	17 décembre 2012
CAP DIGITAL	18 décembre 2012
CD1D – Fédération des labels indépendants	14 décembre 2012
CPA - Confédération des Producteurs Audiovisuels	17 décembre 2012
Creative Commons France	11 décembre 2012
CSDEM – Chambre syndicale de l'édition musicale	19 décembre 2012
France Télévisions	20 décembre 2012
KissKissBankBank	11 décembre 2012
MICROSOFT France	17 décembre 2012
SCPP – Société civile des producteurs phonographiques	19 décembre 2012
SDLC – Syndicat des distributeurs de loisirs culturels	11 décembre 2012
SELL- Syndicat des Editeurs de Logiciels de Loisirs	18 décembre 2012
SFR	18 décembre 2012
SGDL – société des gens de lettres	14 décembre 2012
SIRINELLI Pierre	21 décembre 2012
SMA – Syndicat des musiques actuelles	14 décembre 2012
SRF- Société des réalisateurs de films	10 décembre 2012
STIGLER Bernard	20 décembre 2012
TF1	20 décembre 2012
UNEVI - Union de l'Édition Numérique et Vidéographique Indépendante	21 décembre 2012
USPA – Union syndicale de la production audiovisuelle	17 décembre 2012
VIVANT Michel	21 décembre 2012

## Les déplacements en région

Conformément à la lettre de mission adressée par la ministre de la Culture et de la Communication à Pierre Lescure le 6 août 2012, la mission a souhaité prendre en considération la diversité des territoires et faire vivre le débat en régions.

A cette fin, elle a organisé trois déplacements de deux jours en province. Ces déplacements ont permis à la mission de rencontrer les acteurs du monde de la culture et du numérique (créateurs, entrepreneurs, dirigeants d'institutions publiques ou associatives) et de dialoguer avec les étudiants et le grand public.

Ces rencontres ont révélé de fortes attentes à l'égard de la mission, qui vont bien au-delà de la question de la lutte contre le piratage, même si celle-ci suscite un fort intérêt. Elles ont permis de mettre en évidence la vitalité des pratiques et les liens de plus en plus étroits qui unissent les mondes de la culture et du numérique, bien loin de l'image parfois véhiculée par les organisations représentatives nationales. Elles ont aussi mis en lumière la transformation profonde des usages, notamment chez les jeunes : la culture de la gratuité, de l'immédiateté et de la profusion n'est exclusive ni d'un appétit pour une culture exigeante ni d'une certaine conscience des enjeux liés au droit d'auteur et à la rémunération des créateurs.

Les deux premiers déplacements ont été largement couverts par la presse locale et ont fait l'objet de commentaires très majoritairement positifs ; la volonté de dialogue qu'ils reflètent est généralement soulignée et appréciée. A titre d'exemple, l'article du journal Libération consacré au déplacement marseillais souligne que « *la mission confiée à Pierre Lescure pourra au moins se satisfaire d'une victoire : elle fait parler des enjeux et des blocages de la culture face à Internet. Et pas seulement à l'abri du périphérique parisien, puisqu'elle a entrepris d'aller au contact des internautes et des acteurs locaux en région. C'est peu et ça ne méritera pas une médaille de l'ambition, mais c'est déjà beaucoup après les missions Olivennes ou Zelnik lancées sous l'ère Sarkozy, qui ont surtout masqué des décisions prises d'avance (Hadopi en tête) sous un simulacre de consultation* » (Libération, 29 novembre 2012).

### 1. Rennes (8 et 9 novembre 2012)

Le 8 novembre, un débat organisé au Théâtre National de Bretagne a permis plusieurs grands témoins d'exposer leurs points de vue sur les opportunités et les défis que le numérique représente pour la création et la diffusion de la culture. Le débat a été introduit par François Erlenbach, Directeur Régional des affaires culturelles-Bretagne et modéré par Marcel Rogemont, député. Parmi les intervenants figuraient le directeur du Théâtre national de Bretagne et président du SYNDEAC, le directeur de l'Opéra de Rennes, la directrice de la bibliothèque des Champs Libres, la directrice de la librairie et maison d'édition brestoise Dialogues, le directeur de Dastum (association de collecte et de sauvegarde du patrimoine oral et musical de Bretagne), un dirigeant de Vivement Lundi (producteur de films d'animation et de documentaire), le directeur artistique du Groupe Ouest (pôle européen de création cinématographique), le coordinateur de l'Association Electroni[k] (festival de musiques électroniques et formes émergentes), un responsable de la Maison de la Jeunesse et de la Culture Le Grand Cordel, ou encore le vice-président de l'Université européenne de Bretagne (UEB) et responsable du projet UEB C@mpus.

La mission a ensuite rencontré des acteurs du numérique et des dirigeants de start up à la Cantine Numérique de Rennes. Le débat, animé par Bernard Marquet, président de La Cantine, a notamment porté sur les dispositifs de soutien à l'innovation, les licences libres et l'accès aux données publiques culturelles.

Le 9 novembre, la mission a rencontré les étudiants de l'Université d'économie RENNES 1, dans le cadre d'un débat organisé par le Centre de recherche M@souin, auteur de plusieurs études sur les pratiques culturelles en ligne et l'efficacité de la lutte contre le piratage. Ont été évoquées les attentes des internautes en matière d'accès aux contenus culturels, la rémunération des créateurs et la place des industries culturelles dans le nouvel écosystème.

Enfin, un débat public s'est tenu à la FNAC de Rennes (Centre commercial Le Colombier) sur la consommation de biens numériques culturels.

## **2. Marseille – Aix-en-Provence (27 et 28 novembre 2012)**

Le 27 novembre, la mission a rencontré les acteurs locaux de la culture et du numérique, à la Friche de la Belle de Mai. Organisée par l'association Zinc, cette rencontre a pris la forme de quatre tables rondes thématiques, animées chacune par un modérateur et quelques grands témoins, et portant respectivement sur « la diversité et l'exception culturelles au service de l'intérêt collectif », « les savoirs comme biens communs », « l'économie créative et les territoires » et « les arts et les cultures numériques : pour un développement libre et durable ». Elle s'est conclue par une séance plénière qui a permis un partage des réflexions issues des tables rondes et un débat associant l'ensemble des participants.

Le 28 novembre, la mission s'est rendue à l'Université d'Aix-Marseille III, pour une conférence – débat animée par l'Institut de recherche et d'études en droit de l'information et de la communication (IREDIC) et l'Institut de Droit des Affaires (IDA). Plusieurs spécialistes du droit de la propriété intellectuelle et des médias ont exposé leur point de vue sur la régulation des communications électroniques, l'exception culturelle, les enjeux du droit d'auteur à l'heure du numérique, les licences libres ou encore la fiscalité du numérique. Les étudiants ont été invités à réagir à ces interventions à la fois en tant que juristes et comme consommateurs - internautes.

Enfin, une rencontre avec le grand public s'est tenue à la librairie Goulard d'Aix-en-Provence, en présence de la presse locale. Les échanges ont d'abord porté sur la lecture numérique et le devenir des libraires, avant de s'étendre aux enjeux plus généraux du numérique pour l'accès à la culture, le financement de la création et la rémunération des créateurs.

## **3. Bordeaux (12 et 13 décembre 2012)**

Les 12 et 13 décembre, la mission se rendra à Bordeaux pour une série de quatre tables rondes co-organisées par le Conseil régional d'Aquitaine et la Direction régionale des affaires culturelles, associant des professionnels de la culture, des acteurs du numérique et des étudiants des universités et écoles d'ingénieurs de la région.

Les thèmes de ces tables rondes, proposés par les organisateurs, sont les suivants :

- « Innovation numérique, création de valeur et filière musicale » ;
- « Au-delà de l'écran : quelles mutations pour le cinéma et l'audiovisuel » ;
- « Transition vers le numérique : nouvelles relations entre auteur, éditeur et libraire » ;
- « Patrimoine et numérisation : enjeux de l'accès aux savoirs ».

## **Accès des publics à la culture et développement de l'offre légale**

### **1. L'accès en ligne aux œuvres culturelles : un triple enjeu**

#### **1.1 Renouer le lien entre internautes, créateurs et industries culturelles**

Le développement de l'offre légale de contenus culturels en ligne correspond, avant tout, à la satisfaction d'une demande des publics, désireux de profiter pleinement des opportunités d'accès aux œuvres offertes par les technologies numériques. Il s'agit également d'offrir une alternative crédible au piratage, dont le développement a été en grande partie provoqué par l'inexistence de toute offre légale, et dont la persistance s'explique encore aujourd'hui par l'insatisfaction des consommateurs à l'égard de l'offre existante.

Les attentes des internautes à l'égard de l'offre culturelle en ligne sont, de fait, très élevées : il serait naturel que les œuvres soient toutes disponibles, immédiatement et facilement accessibles, gratuites ou à bas prix, interopérables et échangeables. La gestion numérique des droits (DRM), les principes de territorialité, d'exploitation exclusive, la chronologie des médias, les coûts de numérisation et de stockage, etc. sont méconnus ou incompris, sinon remis en cause. La frustration qui s'exprime ici et là sur Internet se double, dans le discours, d'une méfiance envers les industries culturelles, particulièrement en ce qui concerne le partage des revenus avec les créateurs.

La situation de la jeunesse, qui cristallise les attentions, mérite une analyse particulière. Offrir aux jeunes une alternative au piratage n'est sans doute pas une mesure d'une grande portée économique, du moins à court terme, mais jouera un rôle essentiel dans la réconciliation entre industries culturelles et internautes.

#### **1.2 Promouvoir la compétitivité des industries culturelles françaises**

L'essor du numérique va de pair avec de nouveaux usages culturels, même si peu d'auditionnés se sont risqués à prédire jusqu'où irait la numérisation des pratiques culturelles. La chaîne de valeur de diffusion des œuvres se reconfigure, au détriment des acteurs installés de l'industrie de la culture.

Ce sont souvent des acteurs étrangers, particulièrement américains, issus des industries du numérique, qui ont su répondre le plus rapidement et le plus efficacement aux nouvelles attentes des consommateurs. Par exemple, iTunes concentre 50% du marché de la musique en ligne et 30% de la V&D. Plusieurs auditionnés ont accusé les géants du net (Google, Apple, Amazon, etc.) de se développer aux dépens des acteurs de la culture, et au moyen de méthodes anti-concurrentielles : enfermement dans des terminaux et formats propriétaires, grilles tarifaires rigides des magasins d'applications, numérisation sauvage, etc.

Cette prédominance américaine soulève des problèmes de souveraineté économique et culturelle. Il est crucial que l'industrie de la culture adopte une attitude offensive dans sa conversion au numérique, plutôt que de retarder une évolution inéluctable. La numérisation des industries culturelles passe non seulement par la transformation de l'activité des industries existantes, mais aussi par l'émergence d'acteurs nouveaux, nativement numériques, capables de fournir des services innovants.

### 1.3 Renouveler les formes de l'action publique à l'heure du numérique

Les outils de la politique culturelle française destinés à maintenir la diversité culturelle de l'offre de contenus sont confrontés au défi de la transition au numérique, qui laisse peu d'emprise à une régulation de la diffusion. Des quotas d'exposition de créations européennes et francophones ont certes été imposés, comme dans le monde « linéaire », aux éditeurs de services de V&D, mais ils ne s'appliquent qu'aux éditeurs français et n'assurent qu'une diversité de principe dans un monde « délinéarisé ».

Un vivier d'acteurs économiques français de premier plan serait un atout indéniable pour les pouvoirs publics. Des mécanismes plus incitatifs seraient à imaginer, afin que les plates-formes s'engagent dans une promotion volontariste de la diversité. Le SEVAD évoquait même la possibilité « d'alliances », qui viseraient au développement d'offres spécifiques à l'adresse des jeunes ou des médiathèques.

## 2. Etat des lieux de l'offre légale

· Le secteur de la **musique**, dont les contenus sont facilement numérisables et peu volumineux, a été le premier à éprouver en profondeur les effets de la transition numérique. Depuis 2007, tous les nouveaux enregistrements font l'objet d'une sortie en format numérique. Si le marché tend à se concentrer, l'offre proposée est, dans l'ensemble, riche et de qualité. Il existe une quarantaine de plateformes de musique, dont 7 proposent plus de 15 millions de titres. Plusieurs modèles tarifaires coexistent, du téléchargement à l'acte au streaming audio ou vidéo gratuit, en passant par des formules d'abonnement. L'ergonomie et les services associés (paroles, partitions, sonneries de téléphone, partage, recommandation) progressent, tandis que les DRM ont presque entièrement disparu. Les prix sont en baisse et désormais abordables (le téléchargement d'un titre coûte en moyenne 1 € et les abonnements sont compris entre 5 et 30 €).

· En matière de **cinéma et d'audiovisuel**, l'offre de vidéo à la demande (V&D) est diversifiée mais ses prix, déjà relativement élevés, augmentent, et les catalogues restent incomplets (en partie à cause de la chronologie des médias mais également faute de numérisation d'une partie du patrimoine). En 2011, environ 70 plateformes de V&D proposent 42 000 références (dont 50% de programmes audiovisuels et 22% de films cinématographiques). La logique d'exclusivité, très marquée sur les programmes audiovisuels, est aussi, en partie, à l'œuvre pour les films : 36% des références sont actives sur une seule plateforme. En l'absence de système efficace de référencement, il peut donc s'avérer difficile de trouver un film.

L'offre de **télévision de rattrapage** (TVR) s'est considérablement enrichie. L'ensemble des chaînes nationales gratuites offrent un service de TVR gratuit sur leur site internet. Les chaînes historiques mettent à disposition la quasi-totalité de leurs programmes de flux et un nombre croissant de programmes de stock ; il en va différemment des nouvelles chaînes de la TNT.

L'offre de **vidéo à la demande** par abonnement (SV&D) continue à accuser du retard. La plateforme la plus riche, CanalPlay, propose 3 387 films sur une offre globale de plus de 8 000 programmes, pour 9,99 € par mois. Le manque de « fraîcheur » des films, sortis en salle depuis au moins 3 ans, est un frein important à l'intérêt du public. L'arrivée sur le marché français d'acteurs puissants tels qu'Amazon ou Netflix est annoncée.

· Le **livre** entre dans le numérique à reculons. Les catalogues sont pour l'instant très incomplets : quelque 90 000 titres seraient disponibles, pour 620 000 références disponibles en format papier. Les éditeurs semblent attendre que l'équipement des foyers en liseuses croisse et que les pratiques de lecture numérique se développent. Toutefois, 70 à 80 % des livres de la rentrée littéraire de 2012 ont bénéficié d'une sortie numérique et un grand programme de numérisation de livres indisponibles du <sup>xx</sup><sup>ème</sup> siècle doit être initié courant 2013. En outre, le numérique a fait émerger un vivier de livres auto-édités.

Il existe plus de 100 services en ligne offrant des livres numériques, mais plus de 70% de la valeur est entre les mains de trois acteurs, la FNAC, Amazon et Apple (ces deux derniers possèdent près de 50% du marché). Le téléchargement à l'acte domine, mais d'autres modèles émergent (vente au chapitre pour les guides de voyage, location pour les BD, gratuité par la publicité pour les titres du domaine public, etc). Dans l'ensemble, les éditeurs, à qui revient par la loi le rôle de fixer le prix des ouvrages, ont appliqué une décote de 25-30% par rapport au livre imprimé, soit un prix moyen de 14,50 € par livre, un prix perçu comme trop élevé par les usagers. En outre, la multiplication des formats non interopérables, conjuguée à l'insertion de DRM, rend l'offre techniquement complexe et freine son développement.

La grande majorité des éditeurs de **presse** ont développé leur site Internet depuis de nombreuses années. On dénombre plus de 500 sites français d'information en ligne, dont 42% de pure-players, 37% de sites de magazines ou d'information spécialisée, 11% d'information nationale et 10% d'information régionale et départementale. Les contenus et services offerts, comme les modèles tarifaires existants, sont extrêmement variés. Une majorité de journaux se sont accordés pour maintenir une large zone gratuite sur leur site. Plusieurs éditeurs reviennent aujourd'hui sur ce choix cependant, en réintroduisant des zones payantes, car la presse en ligne tarde à développer un modèle économique pérenne : la diffusion numérique reste financièrement dépendante de la diffusion papier, alors que les recettes de l'imprimé baissent continûment.

### 3. Freins au développement de l'offre légale

#### 3.1 Un manque de disponibilité des catalogues

· Quel que soit le secteur considéré, une proportion plus ou moins importante des œuvres existantes n'est pas **disponible sous format numérique**. Certains proposent de contraindre les détenteurs de catalogues à assurer la disponibilité numérique de leurs œuvres, en s'inspirant par exemple de l'obligation d'exploitation qui existe dans le domaine du livre. Cependant, la numérisation des œuvres est coûteuse et sa rentabilisation incertaine (les avis sur le potentiel de la longue traîne sont partagés). Une réflexion sur les dispositifs de soutien à la numérisation paraît donc indispensable ; dans le cinéma, ces dispositifs sont soit jugés inadaptés (investissements d'avenir) soit menacés par les restrictions budgétaires (CNC). La numérisation du domaine public requiert une analyse spécifique.

· Même lorsque les œuvres existent sous format numérique, **l'accès des services en ligne aux catalogues** n'est pas toujours assuré dans de bonnes conditions.

Dans la musique, les mesures de régulation (« Charte des 13 engagements ») semblent avoir produit des effets et les représentants des plateformes demandent qu'elles soient pérennisées et renforcées ; d'autres, plus radicaux, préconisent un recours à la gestion collective obligatoire, qui se heurte à l'hostilité des producteurs phonographiques. En outre, l'accès aux droits éditoriaux, qui passe aujourd'hui par la SACEM, pourrait se trouver compliqué si la tendance à la fragmentation des répertoires et à la reprise en gestion individuelle, de facto encouragée par la Commission européenne, se confirmait.

S'agissant du cinéma, une refonte radicale de la chronologie des médias constituerait peut-être la meilleure réponse aux attentes des internautes en matière de VàD. Toutefois, elle est refusée par la majorité des acteurs concernés, qui soulignent que les fenêtres exclusives sont consenties aux différentes catégories de diffuseurs en contrepartie d'une participation au financement de la création. Dès lors, plutôt qu'une remise à plat qui fragiliserait le système de financement du cinéma, le réalisme commande d'envisager des assouplissements et des expérimentations de nature à enclencher une dynamique favorable au développement de l'offre légale.

· Pour exister en ligne, une œuvre ne doit pas seulement être disponible en format numérique, elle doit aussi être pourvue de **métadonnées fiables et complètes**. Or, les bases gérées par les



sociétés de perception et de répartition des droits souffrent d'un triple manque de fiabilité, d'interopérabilité et d'ouverture aux développeurs. L'enjeu est triple : promouvoir la visibilité des œuvres françaises au sein de l'hyper offre numérique, favoriser le développement de nouveaux services et assurer la juste rémunération des créateurs.

### 3.2 Des barrières économiques

· Du côté de l'offre, la création de nouveaux services en ligne et le développement des services existants supposent des **investissements souvent lourds, qui ne trouvent pas toujours de financements**, ni auprès des industries culturelles « traditionnelles » ni auprès des établissements de crédit ou des sociétés de capital-risque. Les dispositifs de soutien existants, qu'ils soient propres au secteur culturel ou orientés vers l'innovation, sont, de l'avis de certains acteurs, inadaptés aux enjeux des services numériques culturels, soit qu'ils mettent l'accent sur la création au détriment de la diffusion, soit qu'ils peinent à appréhender l'innovation non technologique (ou innovation d'usage) caractéristique de ce secteur.

· Du côté de la demande, le **faible consentement à payer** des usagers pour des contenus en ligne constitue un frein majeur au développement de l'offre. Même les services de streaming par abonnement, qui offrent pour un prix relativement modique l'accès à toute la musique en ligne, ne rencontrent qu'un succès modéré. Il convient dès lors de réfléchir aux moyens de solvabiliser de la demande, en prenant en compte l'échec de dispositifs tels que la carte musique ; pour le livre et la presse, l'alignement des taux de TVA des offres numériques sur leur équivalent physique pourrait y contribuer, mais il suppose une modification du droit communautaire. Il convient également de s'interroger sur la promotion des offres légales, afin de les faire mieux connaître et d'attirer de nouveaux usagers. De ce point de vue, l'action de l'HADOPI (labellisation, portail de référencement) n'a pas produit de résultats probants.

### 3.3 Des enjeux concurrentiels

La **concurrence des géants du net** (Google, iTunes, Amazon, etc.) est jugée inéquitable : alors que ces acteurs disposent déjà d'une force de frappe considérable, grâce aux positions acquises sur d'autres segments (vente de terminaux, moteurs de recherche), leur implantation à l'étranger leur assure une fiscalité plus favorable ; en matière de TVA, cette distorsion ne prendra fin qu'en 2015 avec l'application de la règle du « pays du consommateur ». Ils échappent aussi à des régulations spécifiques : dans le secteur de la distribution de vidéos, un acteur comme YouTube est traité comme un hébergeur, alors que les plateformes françaises de VàD sont soumises à des obligations d'investissement et d'exposition semblables à celles des éditeurs de télévision.

D'autres **stratégies d'éviction**, émanant de différents acteurs, à l'encontre des nouveaux entrants sont dénoncées : l'accès aux catalogues et aux métadonnées leur est difficile et coûteux ; les fournisseurs d'accès ne laissent pas toutes les offres de VàD accéder à leurs box ; Deezer, adossé à Orange, est accusé de pratiquer un dumping sur les prix. Apple, lui, est en mesure d'imposer ses volontés à la fois en tant que terminal lorsqu'il rejette des plateformes, qu'en tant que plateforme lorsqu'il impose les grilles tarifaires à ses fournisseurs de contenus. Une meilleure régulation entre les différents acteurs est attendue. Elle pourra aussi s'attacher à juguler la multiplication de formats et de verrous numériques, qui nuit au développement du marché dans son ensemble.



# Défense et adaptation des droits de propriété intellectuelle

## 1. Un dispositif de lutte contre le « piratage » appelé à évoluer

### 1.1 La défense du droit d'auteur reste une demande forte

Pour la plupart des auditionnés, et notamment pour les ayants droit, la révolution numérique ne doit pas être l'occasion d'une remise en cause du droit d'auteur. Les possibilités de diffusion, de copie et de partage offertes par les nouveaux outils ne doivent pas se traduire par une généralisation de la gratuité, incompatible avec la rémunération des créateurs, le financement de la création et le développement de l'offre légale.

L'idée de légaliser les échanges non marchands (via une « licence globale » ou une « contribution créative ») fait l'objet d'un rejet assez général, à quelques exceptions près (Spedidam, Terra Nova, LQDN, UFC-Que Choisir). Elle permettrait de reconnaître un droit au partage, de contourner la question du consentement à payer et de réguler le partage de la valeur entre industries culturelles et créateurs. Mais pour la plupart des acteurs, elle conduirait à déconnecter le paiement des usages, ce qui est à la fois injuste socialement et inefficace économiquement ; elle risquerait de cannibaliser l'offre légale commerciale et de décourager l'innovation ; enfin, elle se heurterait à d'importants obstacles pratiques (observation du trafic coûteuse et attentatoire aux libertés) et juridiques (incompatibilité avec les engagements internationaux de la France).

### 1.2 La « réponse graduée » est critiquée et son efficacité incertaine

· La réponse graduée mise en œuvre par l'HADOPI fait l'objet de nombreuses critiques, émanant notamment des associations de défense des consommateurs et de la « communauté des internautes ». Il lui est reproché de stigmatiser les internautes, d'opposer les créateurs et leurs publics et, en conséquence, de dégrader la perception du droit d'auteur et l'image des industries culturelles. La suspension de l'abonnement internet, jugée attentatoire aux libertés, est très critiquée et une partie des ayants droit semble prête à accepter sa suppression. Enfin, la notion de « négligence caractérisée », qui permet d'imputer l'infraction au titulaire de l'abonnement internet sans avoir à prouver qu'il est l'auteur du téléchargement, suscite de fortes réserves.

· L'efficacité de la réponse graduée est difficile à évaluer précisément. Si, à ce jour, les tribunaux n'ont prononcé qu'une condamnation pour « négligence caractérisée », l'effet dissuasif des avertissements préalables à la sanction semble corroboré par la faiblesse du taux de réitération et le recul du téléchargement en P2P. Cependant, les moyens techniques de contournement de la surveillance mise en œuvre par Hadopi sont nombreux. Surtout, cette surveillance ne concerne qu'un type d'échanges parmi d'autres ; il est probable qu'une proportion significative des internautes qui ont cessé de télécharger en P2P se soit tournée vers d'autres types de pratiques non surveillées (streaming, téléchargement direct) plutôt que vers l'offre légale gratuite ou payante.

### 1.3 La lutte contre la contrefaçon commerciale a été trop négligée

Les lois DADVSI et HADOPI, en se concentrant sur le téléchargement en P2P, ne se sont guère attaquées aux véritables bénéficiaires de la contrefaçon, c'est-à-dire aux sites (sites de *streaming* ou de téléchargement, hébergeurs, annuaires de torrents...) qui tirent un profit commercial de leurs atteintes massives et répétées aux droits de propriété intellectuelle.

Afin de réorienter la répression vers ces acteurs, souvent basés à l'étranger et par nature plus difficiles à appréhender, plusieurs pistes ont été évoquées par les auditionnés :

- mieux responsabiliser les **hébergeurs** en les obligeant à retirer promptement les contenus illicites et à prévenir leur réapparition, et en renforçant la coopération judiciaire internationale pour punir les sites récalcitrants ;
- réduire la visibilité de l'offre illégale en agissant sur le **référencement** par les moteurs de recherche, le cas échéant avec le concours de la puissance publique ;
- assécher les **sources de revenus** des sites contrefaisants (approche « Follow the money »), en responsabilisant les intermédiaires (annonceurs, régies, services de paiement en ligne).

## 2. Un droit d'auteur partiellement inadapté aux usages numériques

Le développement de nouvelles technologies induit de nouvelles utilisations des œuvres et brouille la frontière entre usage privé et public. Il interroge un droit de la propriété intellectuelle conçu pour un monde physique, dans lequel la reproduction et la transformation des œuvres était matériellement moins facile.

### 2.1 Les exceptions au droit d'auteur peinent à appréhender correctement l'ensemble des usages numériques

Les exceptions au droit d'auteur définissent les cas dans lesquels l'auteur ne peut interdire la diffusion ou l'utilisation de son œuvre une fois celle-ci divulguée. Elles traduisent un équilibre entre le respect des droits des créateurs et la liberté des publics ou utilisateurs. La prise en compte des nouveaux usages pourrait conduire à ajuster cet équilibre dans le sens d'une plus grande ouverture.

Sont notamment concernées :

- **l'exception pédagogique**, dont le ministère de l'Éducation nationale prépare une réforme dans le cadre de la future loi d'orientation et de programmation, pour l'étendre aux œuvres réalisées pour une édition numérique de l'écrit ;
- **l'exception de courte citation**, que la jurisprudence restreint aux citations littéraires, et qui ne peuvent donc couvrir les pratiques de « remix » ou de « mash-up » ;
- **l'exception de conservation**, applicable aux bibliothèques, archives, musées, qui ne permet la communication des œuvres que sur place et interdit la diffusion à distance via des réseaux sécurisés ;
- **la liberté de panorama**, dont certains acteurs (ex : Wikimedia) demandent la reconnaissance, afin de permettre à tout citoyen de reproduire une œuvre protégée se trouvant dans l'espace public.

### 2.2 Le numérique renouvelle les enjeux de protection et de valorisation du domaine public

La numérisation ouvre de nouvelles possibilités de diffusion et de mise en valeur des œuvres du domaine public. Mais elle permet aussi le développement de pratiques, parfois regroupées sous le terme de « copyfraud », ayant pour objet ou pour effet de créer de nouveaux droits sur les œuvres et d'entraver l'accès ou l'utilisation. Certaines institutions culturelles offrent à la consultation du public, sur leurs propres sites, des œuvres du domaine public numérisées accompagnées de mentions restrictives des usages. Des œuvres du domaine public sont vendues sous

forme de bases de données, en partenariat avec des entreprises privées qui assurent la numérisation et se rémunèrent sur le produit des ventes.

Il convient donc de réfléchir à la mise en place de dispositifs juridiques de protection, de promotion et de valorisation du domaine public adaptés à l'ère numérique.

### **2.3 Le recours aux licences libres permet de concilier les droits des créateurs et les attentes des publics**

Les licences libres (et notamment les plus connues, les Creative Commons) permettent d'autoriser à l'avance le public à effectuer certaines utilisations selon les conditions définies par les titulaires de droits, au lieu de soumettre tout acte ne relevant pas des exceptions légales à leur autorisation préalable. Il existe toute une gamme de licences qui se distinguent par le degré de liberté accordé pour la distribution et la réutilisation des œuvres, permettant d'adapter la pratique contractuelle aux attentes et aux usages numériques des publics (consommateurs et ré-utilisateurs).

Selon leurs promoteurs, les licences libres permettent la constitution d'un écosystème numérique de la culture dans lequel le partage et la circulation des œuvres sont encouragés. Loin de remettre en cause le droit d'auteur, elles en constituent au contraire une modalité d'exercice, en permettant à chaque ayant droit de déterminer avec précision les contours du régime juridique sous lequel il souhaite placer ses œuvres.

Afin de promouvoir le développement de nouveaux usages et contenus, la mission réfléchit aux moyens de faciliter le recours aux licences libres pour les créateurs qui le souhaitent, et leur reconnaissance dans le monde de la création, à l'instar de l'expérience pilote lancée par la SACEM fin 2011.

# Rémunération des créateurs et financement de la création

## 1. Le développement du numérique transforme en profondeur les modèles économiques des industries culturelles

### 1.1 Une transition inégalement avancée selon les secteurs

Si le numérique représente une part croissante des revenus dans l'économie de la culture, son impact sur les mécanismes de valorisation des œuvres, de rémunération des créateurs et de financement de la création diffère profondément selon les secteurs de la création :

- Dans le domaine du **livre**, les usages en ligne ne représentent qu'une part extrêmement faible des revenus des éditeurs et des auteurs, en raison de la faiblesse du marché français des e-books.
- Dans le **cinéma et l'audiovisuel**, le poids de l'offre en ligne reste également limité, en raison notamment d'une chronologie des médias qui encadre strictement les possibilités de diffusion en ligne. Au sens large, cependant, ces industries sont désormais très largement numériques : la plupart des salles de cinéma sont numérisées et la télévision passe de plus en plus massivement par des canaux numériques (TNT, ADSL).
- Dans la **musique**, les ventes numériques représentent désormais près d'un tiers des revenus des producteurs de disque. Cependant, leur progression ne suffit toujours pas à compenser l'érosion des ventes de supports physiques (-60% en dix ans).
- Le modèle économique de la **presse** a été profondément bouleversé par l'irruption d'internet : la presse éprouve des difficultés à adapter son offre éditoriale aux usages en ligne, s'agissant du prix comme des contenus ; les moteurs de recherche captent une part croissante des recettes publicitaires en ligne alors que la publicité est, avec les ventes et abonnements, l'une des deux principales sources de revenus du secteur.
- La **photographie** est probablement le secteur le plus profondément affecté par le développement du numérique : la frontière entre contenus professionnels et amateurs paraît de plus en plus brouillée et le droit d'auteur est remis en cause par le développement d'offres à prix modiques et forfaitaires.
- Le **jeu vidéo** semble mieux tirer son épingle du jeu, grâce à une faculté d'adaptation constante des modalités de monétisation de son offre en ligne aux nouveaux usages.

### 1.2 Un déplacement de la valeur vers l'aval

Loin de les remettre en cause, le numérique accentue certaines caractéristiques traditionnelles des industries culturelles : importance des coûts fixes, économie de l'offre, industrie de prototype, tension entre productions commercialement rentables et productions indépendantes, etc. Le développement des technologies de l'information et de la communication a peu d'impact sur les **coûts de production** et, contrairement à une idée reçue, n'entraîne pas toujours une diminution des **coûts de diffusion**, au contraire : il oblige les industries culturelles à investir davantage dans l'éditorial et le marketing pour se différencier au sein d'une « hyper-offre », et dans la recherche et développement, par exemple pour décliner leur offre sur une multitude de supports et d'écrans.

Surtout, la révolution numérique se traduit par **une dévalorisation des œuvres culturelles et un déplacement de la valeur de l'amont vers l'aval, des contenus vers les services**. Ce phénomène s'explique par la conjonction de plusieurs facteurs : hyper offre de contenus sur internet, légaux ou non, gratuits ou à très bas prix, captation de l'attention des consommateurs par de nouveaux usages et de nouveaux contenus (réseaux sociaux, vidéo amateurs), coût élevé des équipements informatiques... Alors que le public semble de moins en moins prêt à payer pour les contenus, il dépense directement (matériels, abonnements) ou indirectement (via la publicité) des sommes importantes dans des matériels ou des services qui donnent accès à ces contenus.

Ce déplacement de la valeur constitue un **enjeu de compétitivité** majeur pour la France, qui dispose d'industries de contenus relativement fortes, alors qu'elle est faiblement représentée dans les industries numériques tant « hardware » que « software » (si l'on excepte les opérateurs de télécom, dont l'activité n'est guère délocalisable). D'une part, la France doit protéger ses industries de contenu en se dotant de mécanismes de régulation et de compensation adaptés. D'autre part, dans un marché numérique où les positions, loin d'être figées, évoluent rapidement, la France doit soutenir les quelques champions dont elle dispose (Deezer, Dailymotion...) et en faire émerger de nouveaux.

### 1.3 Un partage de la valeur contesté

· D'une part, certains **éditeurs de services en ligne** reprochent aux ayants droit d'imposer des conditions tarifaires calquées sur le monde physique, et demandent une régulation des rapports contractuels.

· D'autre part, les **créateurs (auteurs, artistes)** s'estiment insuffisamment rémunérés au titre de l'exploitation en ligne de leurs œuvres ; les débats relatifs à la gestion collective de la musique en ligne ou au contrat d'édition numérique en sont quelques illustrations.

## 2. Le développement du numérique interroge les instruments et les outils des politiques culturelles

### 2.1 Des aides à la création inadaptées

Certains dispositifs d'aide à la création n'accompagnent pas suffisamment la transition technologique et le développement des nouveaux usages. Par exemple, les aides à la **presse** restent, selon certains (ex : le député Michel Françaix), trop orientées vers la distribution de la presse imprimée et ne soutiennent pas suffisamment le développement de la presse en ligne. De même, dans la **musique**, la plupart des aides à la production phonographique restent subordonnées à l'existence d'une distribution physique.

### 2.2 Des mécanismes de rémunération et de financement fragilisés

Le développement du numérique fragilise certains mécanismes de rémunération et de financement existants, qu'ils soient généraux (rémunération pour copie privée) ou spécifiques à un secteur (COSIP). Ces mécanismes n'ont pas été créés spécifiquement pour l'univers numérique, mais résultent d'une adaptation aux nouvelles technologies et aux nouveaux usages de mécanismes préexistants. Ils se concentrent sur les acteurs les plus faciles à appréhender : les fabricants ou importateurs de matériels (RCP) et les FAI (TST-D). Les autres acteurs (éditeurs de services en ligne, hébergeurs de contenus...) restent largement ignorés de ces mécanismes alors qu'ils profitent tout autant du déplacement vers l'aval de la valeur liée aux contenus.

· Tous secteurs confondus, la rémunération pour copie privée (RCP), dont le produit s'élève à près de 200 M€ et dont 25% sont affectés à des aides à la création, à la diffusion et à la formation des artistes, fait l'objet d'une profonde remise en cause de la part des industriels. Ses

barèmes, nettement plus élevés que chez nos partenaires européens, et sa gouvernance, basée sur une commission tripartite, sont contestés. Surtout, la RCP, perçue en contrepartie de la possibilité de copier des fichiers sur des supports physiques, paraît mal adaptée aux nouveaux usages de plus en plus fondés sur un accès à distance (cloud computing).

· Le **cinéma et l'audiovisuel** bénéficient, à travers le COSIP et les obligations d'investissement, d'un dispositif de soutien financé par l'ensemble des acteurs qui participent à la diffusion des œuvres. Or, les chaînes de télévision, dont la contribution (TST-éditeurs, obligations d'investissement) est importante, risquent d'être fragilisées par l'émiettement des audiences et la concurrence de nouveaux acteurs peu contributeurs (chaînes de la TNT, télévision connectée). En outre, la contribution des FAI (TST-distributeurs) est menacée, dans son rendement voire dans son principe, par un problème de compatibilité avec le droit communautaire. Enfin, ni les plateformes de VàD basées à l'étranger (ex : iTunes) ni les nouveaux acteurs de la diffusion (ex : YouTube) ne contribuent au compte de soutien, alors que certains commencent à mettre en place de manière volontaire des mécanismes de contribution au financement de la création (cf. le projet « YouTube original programming »).

· Certains acteurs revendiquent la création de nouveaux mécanismes de financement (taxes) et/ou de rémunération (droits) assis sur les revenus des industries numériques au sens large. L'exemple le plus évident en est la « **Lex Google** » souhaitée par les éditeurs de presse, qui se traduirait par l'instauration d'un droit voisin sur le référencement ou l'indexation des articles de presse par les moteurs de recherche. D'autres secteurs de la création (ex : musique, photographie) entendent également faire reconnaître à leur profit le principe d'une contribution des acteurs numériques à la rémunération des créateurs et au financement de la création. A cet égard, les conclusions de la mission sur la fiscalité numérique devraient nourrir la réflexion sur les moyens d'appréhender territorialement l'activité dématérialisée des grands acteurs internationaux.

### 2.3 De nouvelles opportunités de financement

Les outils numériques ont permis le développement de nouveaux modèles de financement, tels que le **financement participatif** (*crowdfunding*) qui permet aux internautes de soutenir financièrement la production d'un album, d'un film ou d'une bande dessinée. Toutefois, les montants levés à travers ce type d'outils restent limités et s'ils peuvent constituer un complément de financement utile, ils ne pourront sans doute pas se substituer aux modèles économiques existants. Les acteurs auditionnés n'ont d'ailleurs pas émis le souhait d'un soutien public à ce type de modèles.

\*\*\*

Si plusieurs des problématiques sont transverses, l'appréhension des solutions ne saurait s'abstraire d'une analyse économique sectorielle afin d'identifier les points de fragilité des acteurs essentiels pour la création et la diversité culturelle. Nombre de sujets ont une dimension communautaire, avec des calendriers de négociations de moyen à long terme. Un des enjeux de la mission sera donc d'identifier des mesures de plus court terme pouvant être déployées au niveau national.