

FR

FR

FR



COMMISSION EUROPÉENNE

Bruxelles, le 27.4.2010
COM(2010) 183 final

LIVRE VERT

Libérer le potentiel des industries culturelles et créatives

LIVRE VERT

Libérer le potentiel des industries culturelles et créatives

Ces dernières décennies, le monde s'est accéléré. L'émergence rapide de technologies nouvelles et l'accroissement de la mondialisation ont fait prendre à l'Europe et à d'autres régions du globe un tournant radical, s'écartant de l'industrie manufacturière traditionnelle pour embrasser les services et l'innovation. Les usines sont progressivement remplacées par des communautés créatives, dont la matière première est leur capacité à imaginer, à créer et à innover.

Dans cette nouvelle économie numérique, la valeur immatérielle détermine de plus en plus la valeur concrète, les consommateurs recherchant des «expériences» nouvelles et enrichissantes. La capacité à créer des expériences et réseaux sociaux est devenue un facteur de compétitivité.

Si l'Europe veut rester compétitive dans cet environnement mondial en constante évolution, elle doit mettre en place des conditions permettant à la créativité et à l'innovation de s'épanouir dans une nouvelle culture entrepreneuriale¹.

Les industries culturelles et créatives disposent d'un potentiel largement inexploité de création de croissance et d'emplois. Pour remédier à cette situation, l'Europe doit trouver de nouvelles sources de croissance intelligente, durable et inclusive et investir dans ces créneaux pour assurer la relève². Une grande part de notre prospérité future dépendra de la façon dont nous utiliserons nos ressources, nos connaissances et notre talent créatif pour stimuler l'innovation. En s'appuyant sur sa culture riche et variée, l'Europe doit explorer de nouvelles façons de créer de la valeur ajoutée, mais aussi de vivre en communauté, de partager les ressources et d'apprécier sa diversité.

Les industries culturelles et créatives de l'Europe offrent un réel potentiel pour relever ces défis et contribuer ainsi à la stratégie «Europe 2020» et à certaines de ses initiatives phare, comme l'Union pour l'innovation, la stratégie numérique pour l'Europe, la lutte contre le changement climatique, la stratégie pour les nouvelles compétences et les nouveaux emplois ou la politique industrielle à l'ère de la mondialisation³.

De nombreuses études récentes⁴ ont révélé que les industries culturelles et créatives (ci-après «les ICC») se composent d'entreprises hautement innovantes dotées d'un grand

¹ Comme l'a exprimé le président Barroso dans ses orientations politiques pour la prochaine Commission. Texte intégral:

http://ec.europa.eu/commission_barroso/president/pdf/press_20090903_FR.pdf.

² Voir la communication de la Commission intitulée «Europe 2020 — Une stratégie pour une croissance intelligente, durable et inclusive», COM(2010) 2020.

³ Plus particulièrement, les industries culturelles et créatives sont reconnues comme des secteurs de croissance dans le document de consultation de la Commission susmentionné ainsi que dans le document de travail des services de la Commission intitulé «*Challenges for EU support to innovation in services – Fostering new markets and jobs through innovation*», SEC(2009) 1195.

⁴ «*Study on the economy of culture in Europe*», étude conduite en 2006 par KEA à la demande de la Commission européenne; le document de travail des services de la Commission susmentionné

potentiel économique et constituent l'un des secteurs les plus dynamiques d'Europe. Elles représentent en effet 2,6 % du PIB de l'Union européenne, possèdent un fort potentiel de croissance et procurent des emplois de qualité à quelque cinq millions de personnes à travers l'UE-27⁵.

Par ailleurs, les contenus culturels jouent un rôle déterminant dans le développement de la société de l'information, alimentant les investissements dans les infrastructures et services à large bande, dans les technologies numériques ainsi que dans de nouveaux appareils électroniques et de télécommunications destinés au grand public.

Au-delà de leur contribution directe au PIB, les ICC sont aussi d'importants moteurs de l'innovation économique et sociale dans de nombreux autres secteurs.

Les solutions pleines d'inventivité appliquées dans un grand nombre de secteurs proviennent de la réflexion créative de ces industries, depuis la revitalisation ou la promotion de l'image de marque de certains pays, régions ou villes jusqu'au développement des compétences en matière de technologies de l'information et de la communication (TIC) (compétences numériques)⁶ utiles pour la formation et l'éducation tout au long de la vie, de la stimulation de la recherche à la transmission des valeurs d'une manière accessible, de l'innovation en matière de produits et de services à la promotion d'environnements économiques durables à faible émission de carbone, du dialogue intergénérationnel au dialogue interculturel et à la création de communautés⁷.

Si elles s'associent au monde de l'éducation par des partenariats, les ICC peuvent aussi jouer un rôle majeur en aidant les citoyens européens à acquérir les compétences créatives, entrepreneuriales et interculturelles dont ils ont besoin. En ce sens, les ICC peuvent soutenir les pôles d'excellence européens et nous aider à devenir une société fondée sur la connaissance. En même temps, ces compétences font croître la demande de contenus et de produits plus diversifiés et sophistiqués, ce qui peut donner aux marchés de demain une direction plus compatible avec les atouts européens.

Par ces retombées, les ICC européennes ouvrent une porte sur un avenir plus inventif, plus cohésif, plus vert et plus prospère.

Pour que les ICC tirent le meilleur parti des occasions offertes par la diversité culturelle, la mondialisation et la numérisation – qui constituent les principaux moteurs de leur développement, il faudrait:

concernant les défis rencontrés par l'UE dans son soutien à l'innovation dans le secteur des services («*Challenges for EU support to innovation in services*»); et le rapport 2008 de la CNUCED intitulé «Rapport sur l'économie créative 2008 – Le défi d'évaluer l'économie créative: vers une politique éclairée».

⁵ De plus amples informations concernant ce secteur, et notamment des statistiques harmonisées, sont nécessaires afin de mieux suivre la situation des ICC et d'analyser la situation, les tendances, les difficultés et les défis actuels.

⁶ La Commission européenne a adopté en septembre 2007 une communication présentant un programme de longue durée pour les compétences numériques: «Des compétences numériques pour le XXI^e siècle: stimuler la compétitivité, la croissance et l'emploi» [COM(2007) 496] et elle envisage actuellement de lui donner encore plus d'ampleur.

⁷ Voir l'étude concernant l'impact de la culture sur la créativité, réalisée en 2009 par KEA à la demande de la Commission européenne.

- mettre en place des **moyens adéquats**, c'est-à-dire accroître la capacité d'expérimentation, d'innovation et de réussite des entrepreneurs, faciliter l'accès au financement et l'acquisition d'un éventail approprié de compétences;
- aider les ICC à se développer dans leur **environnement local et régional** – tremplin vers une **présence internationale** plus forte, y compris par un renforcement des échanges et de la mobilité; et
- passer à une économie créative en catalysant les **retombées** des ICC dans un large éventail de contextes économiques et sociaux.

À l'heure où certains de nos partenaires internationaux⁸ puisent déjà largement dans les ressources multiples des ICC, l'UE doit encore élaborer une stratégie qui fonde la puissance et la créativité de son économie, de même que la cohésion de sa société, sur ses fascinants atouts culturels.

1. CONTEXTE POLITIQUE, OBJECTIFS ET PORTEE DU LIVRE VERT

Tous ces aspects sont couverts par le deuxième objectif de l'agenda européen de la culture⁹, qui invite l'Union européenne à exploiter le potentiel de la culture en tant que catalyseur de la créativité et de l'innovation dans le cadre de la stratégie de Lisbonne pour la croissance et l'emploi.

Cet agenda a été cautionné par une résolution du Conseil en novembre 2007, puis par le Conseil européen en décembre 2007. Dans ses conclusions de décembre 2007, le Conseil européen a reconnu l'importance des secteurs de la culture et de la création pour l'agenda de Lisbonne, de même que la nécessité d'accroître leur potentiel, surtout en ce qui concerne les PME.

D'autres conclusions du Conseil ont également souligné la nécessité de renforcer le lien entre l'éducation, la formation et les ICC et de maximiser le potentiel des PME dans les secteurs de la culture et de la création¹⁰. Le Conseil a en outre appelé à de meilleures interactions entre le secteur de la culture et d'autres secteurs de l'économie, ainsi qu'à des liens plus forts entre la politique culturelle et d'autres politiques pertinentes¹¹.

En parallèle, le Parlement européen a invité entre autres la Commission à «clarifier ce qui constitue la vision européenne de la culture, de la créativité et de l'innovation, à élaborer

⁸ En particulier les États-Unis et le Canada.

⁹ Voir la communication de la Commission relative à un agenda européen de la culture à l'ère de la mondialisation, COM(2007) 242.

¹⁰ Conclusions du Conseil sur la contribution des secteurs culturel et créatif à la réalisation des objectifs de Lisbonne (2007): <http://register.consilium.europa.eu/pdf/fr/07/st08/st08635.fr07.pdf>.

¹¹ Conclusions du Conseil sur la culture en tant que catalyseur de la créativité et de l'innovation (2009): http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/doc/CONS_NATIVE_CS_2009_08749_1_FR.pdf.

des mesures politiques [...] pour [développer] les industries créatives européennes, en insérant celles-ci dans le cadre d'une véritable stratégie européenne pour la culture»¹².

Le présent livre vert s'appuie sur les recommandations formulées et les bonnes pratiques mises en évidence par deux groupes de travail composés d'experts nationaux (se penchant sur les ICC, d'une part, et sur les synergies entre culture et éducation, d'autre part) ainsi que par deux plateformes de la société civile (consacrées aux ICC pour l'une et à l'accès à la culture pour l'autre¹³) – tous créés dans le contexte de la mise en œuvre de l'agenda européen de la culture. Il s'appuie en outre sur plusieurs études et rapports indépendants réalisés récemment pour le compte de la Commission européenne et s'inspire des stratégies élaborées dans divers États membres pour libérer le potentiel de leurs ICC¹⁴. Enfin, il reprend certains des messages véhiculés à l'occasion de l'Année européenne 2009 de la créativité et de l'innovation, notamment ceux relatifs à la nécessité de jeter de nouveaux ponts entre l'art, la philosophie, la science et les milieux d'affaires¹⁵.

Le but du présent livre vert est de susciter un débat sur les conditions nécessaires à un environnement créatif véritablement stimulant pour les ICC de l'Union européenne. Le livre vert aborde de nombreux aspects, de l'environnement des entreprises à la nécessité de créer un espace européen commun de la culture, en passant par le renforcement des capacités, le développement des compétences et la promotion des esprits créateurs européens sur la scène mondiale.

Il ne cherche pas à aborder toutes les questions qui peuvent influencer sur ces industries, mais à couvrir des domaines clés, où la pleine exploitation des politiques et des instruments à tous les échelons de la gouvernance, une plus grande cohérence et une meilleure coordination entre ceux-ci peuvent effectivement libérer le potentiel des ICC en Europe.

Les questions soulevées revêtent généralement un intérêt pour les décideurs politiques, les ICC et d'autres parties intéressées à l'échelon européen, national, régional et local. Pour chaque sujet couvert, la Commission souhaite particulièrement obtenir des contributions relatives aux **priorités d'action à l'échelle européenne**.

¹² Résolution du Parlement européen du 10 avril 2008 sur les industries culturelles en Europe dans le contexte de la stratégie de Lisbonne:
<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=TA&reference=P6-TA-2008-0123&language=FR&ring=A6-2008-0063>.

¹³ Pour consulter les rapports de ces groupements, voir l'adresse http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/doc2240_fr.htm. Les bonnes pratiques qu'ils ont mises en évidence sont mentionnées dans les notes de bas de page de différentes sections du document.

¹⁴ En particulier, «*A Creative Economy Green Paper for the Nordic Region*» (Conseil nordique, 2007), «*Creative Britain – New Talents for the New Economy*» (Royaume-Uni, 2008), «*Creative Value – Culture and Economy Policy Paper*» (Pays-Bas, 2009) et «*Potential of Creative Industries in Estonia*» (2009).

¹⁵ Voir en particulier le manifeste des ambassadeurs de l'Année européenne 2009 de la créativité et de l'innovation, publié en novembre 2009, à l'adresse suivante:
<http://www.create2009.europa.eu/ambassadors.html>.

En évoquant les ICC, le livre vert cherche à saisir les différentes connotations attribuées aux termes «culturel» et «créatif» à travers l'Union européenne, reflétant la diversité culturelle de l'Europe.

Au niveau européen, le cadre pour les statistiques culturelles établi en 2000 a défini huit domaines (à savoir le patrimoine artistique et monumental, les archives, les bibliothèques, les livres et la presse, les arts visuels, l'architecture, les arts du spectacle, les médias audio et audiovisuels/les multimédias) et six fonctions (la conservation, la création, la production, la diffusion, le commerce/les ventes et l'éducation) qui constituent le «secteur de la culture» d'un point de vue statistique. Des travaux sont en cours pour actualiser ce cadre et définir la portée des ICC¹⁶.

Dans ce livre vert, nous adoptons un angle d'approche assez large, basé sur les définitions de travail suivantes:

Les «industries culturelles» sont les industries qui produisent et diffusent des biens ou des services considérés au moment de leur conception comme possédant une qualité, un usage ou une finalité spécifique qui incarne ou véhicule des expressions culturelles, indépendamment de la valeur commerciale que ces biens ou services peuvent avoir. Outre les secteurs traditionnels des arts (arts du spectacle, arts visuels, patrimoine culturel – y compris le secteur public), ces biens et services incluent également les films, les DVD et les vidéos, la télévision et la radio, les jeux vidéo, les nouveaux médias, la musique, les livres et la presse. Ce concept a été défini en relation avec les expressions culturelles dans le contexte de la Convention de l'Unesco sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles (2005)¹⁷.

Les «industries créatives» sont les industries qui utilisent la culture comme intrant et possèdent une dimension culturelle, quoique leurs productions soient essentiellement fonctionnelles. Elles incluent l'architecture et le design, lesquels intègrent des éléments créatifs dans des processus plus larges, ainsi que des sous-secteurs, comme la conception graphique, la création de mode ou la publicité.

Plus accessoirement, beaucoup d'autres industries comptent sur la production de contenus pour leur propre développement et connaissent donc, dans une certaine mesure, une relation d'interdépendance avec les ICC. C'est entre autres le cas du tourisme et du secteur des nouvelles technologies. Néanmoins, ces industries ne sont pas explicitement incluses dans le concept d'ICC utilisé dans ce livre vert.

2. LA DIVERSITE CULTURELLE, LE PASSAGE AU NUMERIQUE ET LA MONDIALISATION: LES PRINCIPAUX MOTEURS DU DEVELOPPEMENT FUTUR DES ICC

Les ICC doivent faire face à un contexte qui évolue vite, caractérisé notamment par la rapidité de développement et de diffusion des TIC numériques à l'échelle mondiale. Ce

¹⁶ Un ESSnet-culture a été créé en 2009 sous les auspices d'Eurostat. Voir la page internet suivante: http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/doc1577_fr.htm.

¹⁷ Voir le portail de l'Unesco consacré à la culture: http://portal.unesco.org/culture/fr/ev.php-URL_ID=33232&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html.

facteur a de très grandes répercussions sur l'ensemble de la chaîne de valeur, dans tous les secteurs, de la création à la production, en passant par la distribution et la consommation de biens et de services culturels.

La technologie et la disponibilité d'infrastructures à large bande dans les zones urbaines et rurales offrent de nouvelles possibilités aux créateurs pour la production de leurs œuvres et la distribution de celles-ci auprès d'un public plus large à un coût moins élevé, indépendamment des contraintes physiques et géographiques. Une pleine exploitation des TIC par les fournisseurs de contenus culturels et une révision des modes traditionnels de production et de distribution pourraient élargir le public et les marchés des créateurs ainsi que l'offre culturelle proposée aux citoyens. En même temps, le déploiement des TIC dépend de la disponibilité de contenus culturels diversifiés et de bonne qualité. Le contenu culturel joue donc un rôle de premier plan dans l'acceptation de ces nouvelles technologies par le grand public et dans l'amélioration des compétences numériques et de l'éducation aux médias des citoyens européens.

Néanmoins, ce nouvel environnement modifie substantiellement les modèles traditionnels de production et de consommation, remettant en cause le système par lequel la communauté créative tirait jusqu'à présent de la valeur des contenus. Les retombées sont très différentes d'une entreprise à l'autre, en fonction de la position de celles-ci dans la chaîne de valeur. La valeur économique se déplace actuellement vers le bout de la chaîne, ce qui, dans certains secteurs, altère la rémunération effective de la création¹⁸. De plus, une partie des industries du contenu, notamment celles qui produisent des contenus enregistrés, ont été gravement touchées par le piratage et les pertes enregistrées dans la vente de supports physiques (CD, DVD, etc.), ce qui a compromis leur développement, réduit leur base de revenu et donc limité leur potentiel de création d'emplois et d'investissement. C'est la raison pour laquelle l'industrie doit aussi se doter de modèles d'activité nouveaux et innovants.

Le défi dans de nombreux secteurs tient au fait que les ICC doivent couvrir le coût de la numérisation (numérisation des contenus, acquisition de compétences et mise à niveau des qualifications, questions complexes concernant la gestion appropriée des droits numériques, etc.), tout en investissant dans de nouveaux modèles d'activité qui ne deviennent financièrement productifs qu'au bout d'un certain temps, et en testant ces modèles. Pour bon nombre d'entreprises du secteur de la création, maintenir l'activité suivant le modèle traditionnel et gérer en même temps la transition vers de nouveaux modèles d'activité qui sont encore en cours de développement pourrait s'avérer difficile. La capacité de réaction d'une entreprise à ces changements structurels dépend aussi largement de sa taille et de son pouvoir de négociation avec les nouveaux distributeurs de produits numériques. Le passage au numérique à l'échelle mondiale renforce la position de certains acteurs majeurs, comme les entreprises de télécommunications ou les fabricants d'équipement électronique grand public, et coïncide avec l'émergence de nouveaux acteurs mondiaux, très puissants, tels que les moteurs de recherche et les plateformes sociales en ligne, lesquels peuvent éventuellement filtrer le marché tout en

¹⁸

C'est nettement le cas dans le secteur de la musique, par exemple, où les ventes numériques ne génèrent pas encore de rémunération substantielle pour les interprètes. En revanche, dans l'industrie des jeux vidéo, le modèle en ligne semble mieux rémunérer les développeurs en l'absence de tout autre intermédiaire.

contribuant de manière substantielle à son développement. Parallèlement, la grande majorité des ICC consistent en une myriade de micro, de petites et de moyennes entreprises ainsi que d'indépendants, qui coexistent avec des entreprises intégrées verticalement ou horizontalement.

Même dans les secteurs où les grandes entreprises internationales occupent une place prépondérante, les petites entreprises et les microentreprises jouent un rôle essentiel pour la créativité et l'innovation. Ces entreprises-là sont généralement celles qui prennent des risques et adoptent en premier les nouveautés; elles sont en première ligne pour repérer les nouveaux talents, lancer de nouvelles tendances et innover en matière d'esthétique.

Un large éventail d'entrepreneurs et la libre circulation de leurs services sont une condition préalable à toute offre culturelle diversifiée. Or, cela n'est possible que si un accès équitable au marché est garanti. Créer et maintenir des conditions de concurrence égales qui garantissent l'absence de barrière injustifiée à l'entrée nécessitera de conjuguer les efforts dans différents domaines stratégiques, en particulier la politique de la concurrence.

L'interopérabilité peut jouer un rôle majeur dans l'instauration de conditions d'accès équitables pour les nouvelles plateformes et les nouveaux équipements. Les normes aident à assurer l'interopérabilité entre les produits, services, procédés, systèmes, applications et réseaux nouveaux et déjà existants. Cette interopérabilité est importante non seulement pour les producteurs (en particulier les PME), mais aussi pour les utilisateurs. Elle élargit le choix des utilisateurs, notamment le choix de produits et de services offerts par les ICC dont l'activité s'appuie sur les TIC¹⁹. Les normes aident aussi à créer un marché favorable à l'innovation, qui encourage celle-ci tout en évitant les systèmes susceptibles de limiter l'accès à un contenu diversifié. Il est par conséquent essentiel de promouvoir l'interopérabilité entre les plateformes et les équipements.

Outre la normalisation et les questions de prix, la diversité du choix est un point essentiel pour les consommateurs. Selon l'article 167 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne (ex-article 151 TCE), les aspects culturels doivent être pris en compte dans l'application de la législation européenne.

Dans ce contexte, la Commission se penchera sur trois grands cadres stratégiques, qui influenceront considérablement sur les conditions générales applicables aux ICC dans un environnement numérique et qui s'appuient sur des processus de consultation antérieurs.

Premièrement, la «stratégie numérique pour l'Europe» constitue l'une des sept initiatives phare de la stratégie «Europe 2020». Dans le cadre que créera la stratégie numérique pour l'Europe, la Commission s'attachera, entre autres, à créer un véritable marché unique des contenus et services en ligne (marchés de services web et de contenus numériques sûrs et sans frontières dans l'Union, offrant un haut niveau de fiabilité et de sécurité; cadre réglementaire équilibré pour la gestion des droits de propriété intellectuelle; mesures facilitant les services transfrontaliers de contenu en ligne; promotion des licences multiterritoriales; protection et rémunération adéquates des

¹⁹ Voir en particulier le document de travail des services de la Commission traitant des «défis pour la normalisation européenne» (octobre 2004).

détenteurs de droits; et soutien actif à la numérisation du riche patrimoine culturel de l'Europe).

Deuxièmement, dans le contexte de l'initiative phare «Une Union pour l'innovation», des actions spécifiques seront entreprises en vue d'accroître le rôle des ICC en tant que catalyseurs de l'innovation et du changement structurel. À cet égard, l'Union veillera particulièrement à promouvoir l'entrepreneuriat et l'accès au financement, à améliorer les conditions cadres et la prévoyance, à déterminer les besoins en recherche et en compétences, à mettre sur pied de nouveaux concepts de pôles d'activités ainsi que des mécanismes de soutien plus performants pour les entreprises et l'innovation²⁰. L'objectif sera de réunir les principaux acteurs aux niveaux régional, national et européen afin d'exploiter de manière plus stratégique les initiatives actuelles et programmées en faveur des ICC, et d'accroître la coopération transnationale entre ces acteurs. Une telle démarche favorisera la transformation d'un plus grand nombre d'idées innovantes en nouveaux produits et services générateurs de croissance et d'emplois.

Troisièmement, la stratégie de l'Union en matière de propriété intellectuelle s'appuiera entre autres sur plusieurs initiatives passées et actuelles, directement liées à des ICC²¹. L'utilisation et la gestion des droits sont au centre de cette démarche, dont le but est d'instaurer un équilibre entre la protection et la viabilité indispensables de la création, d'une part, et la nécessité de soutenir le développement de nouveaux services et modèles d'activité, d'autre part. En ce qui concerne la méthode, la Commission a clairement défini les principaux domaines où des progrès sont nécessaires et mobilisera les parties intéressées suivant une approche ascendante, dans le respect total des règles du marché intérieur et de la concurrence.

3. SE Doter des moyens adéquats

Pour pouvoir libérer totalement leur double potentiel culturel et économique en se servant au mieux des moteurs précités, les ICC doivent accroître leur capacité d'expérimentation et d'innovation, bénéficier d'une combinaison de compétences adéquate et d'un accès au financement.

3.1. De nouveaux espaces d'expérimentation, d'innovation et d'entrepreneuriat dans le secteur de la culture et de la création

Sous l'influence des nouvelles technologies, en particulier numériques, de nouveaux publics, canaux de distribution et modèles de consommation voient le jour. L'accès et la participation aux arts sont en constante évolution, tandis que les frontières entre créateurs et consommateurs s'estompent grâce à l'émergence de technologies participatives, tels les blogs, les wikis, etc.

²⁰ Les actions en question devraient s'inspirer des débats qui ont eu lieu au sein de l'atelier d'experts organisé à Amsterdam les 4 et 5 février 2010, intitulé «*Towards a Pan-European initiative in support of innovative creative industries in Europe*». Pour plus d'informations, voir le site suivant: <http://www.europe-innova.eu/creative-industries>.

²¹ Communication de la Commission intitulée «Le droit d'auteur dans l'économie de la connaissance», COM(2009) 532; document de consultation intitulé «*Creative content in a European digital single market: Challenges for the future*», document de réflexion des DG INFSO et MARKT, 2009.

Des sous-cultures se font jour, qui engendrent un mélange pluridisciplinaire de formes et de contenus artistiques traditionnels et nouveaux. Si les institutions traditionnelles occupent une place particulière dans l'accès aux services culturels, il est nécessaire de reconnaître et de soutenir les nouvelles façons de découvrir la culture, qui sèment les graines de la curiosité, de l'analyse et de la démystification en vue d'une relation durable avec la culture²².

Comme dans tous les autres secteurs de la société, la dimension «recherche et développement» de la créativité et de la création doit se développer. Si l'Europe veut rester aux avant-postes, il lui faut garantir davantage d'interactions entre les différentes disciplines artistiques et créatives, les (sous-)secteurs, les secteurs économiques et les différents points de la chaîne de production. Il conviendrait d'encourager une collaboration plus intense, plus systématique et plus étendue entre les arts, les universités et les institutions scientifiques, de même que les initiatives en partenariat public-privé visant à soutenir les expériences des artistes²³.

À cet égard, il sera capital d'adopter une approche holistique qui instaure un environnement favorable à l'innovation, à la croissance et au développement dans ce secteur. Bien qu'il existe déjà en Europe un certain nombre d'initiatives publiques et privées qui soutiennent l'innovation et l'entrepreneuriat dans les ICC au niveau régional ou national²⁴, il paraît nécessaire d'élargir le débat en rassemblant les divers éléments à tous les niveaux, y compris européen, pour que les acteurs puissent coopérer dans le cadre d'actions concrètes relevant de divers domaines d'intérêt stratégique. À titre d'exemple, il conviendrait d'encourager la création de lieux de rencontre et de «laboratoires» où diverses disciplines pourraient coopérer, rendant l'innovation et l'expérimentation plus ouvertes et centrées sur les utilisateurs. De même, il faudrait encourager la présence d'intermédiaires ou de médiateurs entre les différents secteurs et disciplines et promouvoir les bonnes pratiques en matière de responsabilisation et de transparence. Cela aiderait l'Europe à relever le défi de l'excellence mondiale.

Dans ce contexte, il importe également de créer des conditions plus appropriées et favorables à l'intégration des nouvelles technologies, en particulier numériques, dans les ICC, afin de produire des contenus professionnels plus diversifiés et innovants à l'intention des citoyens européens.

En règle générale, les ICC s'articulent autour d'un noyau riche et varié d'éléments du patrimoine culturel, d'artistes accomplis et d'autres praticiens du secteur de la création, et comptent sur une interconnexion efficace entre plusieurs échelons de services entrepreneuriaux et innovants pour commercialiser les produits de la créativité. Par ailleurs, les processus de production des ICC sont soumis à de constantes adaptations et innovations, ce qui rend essentiels l'échange d'informations, l'utilisation d'actifs immatériels et l'attraction de nouveaux talents pour redynamiser le processus. Ces

²² Voir en particulier le document intitulé «*Civil Society Platform on Access to Culture – Policy Guidelines*», 2009.

²³ Voir en particulier les bonnes pratiques recensées par le groupe de travail d'experts nationaux et la plateforme de la société civile sur les ICC.

²⁴ À cet égard, il est à noter que des projets pilotes sur les nouvelles façons de mieux soutenir les entreprises des industries innovantes et créatives sont actuellement menés dans le cadre de la plateforme européenne de l'innovation pour les services à forte composante de savoir, relevant de l'initiative «Europe INNOVA», laquelle est financée par le programme-cadre européen pour la compétitivité et l'innovation.

caractéristiques découlent de la nature intrinsèque des produits culturels. Les goûts changeants des consommateurs créent un haut degré d'incertitude quant à leur acceptation des produits. En raison de ces contraintes, le «pôle d'industries culturelles et créatives», c'est-à-dire une concentration d'industries réactives qui possèdent une bonne capacité d'adaptation, constitue souvent la meilleure structure organisationnelle²⁵. Dans la plupart des cas, ces groupements fonctionnels se basent sur une collaboration intensive entre différents acteurs et établissements interconnectés du domaine de l'innovation. Ainsi, les concurrents recourent fréquemment à la coopération interentreprises, souvent alimentée par des réseaux organisationnels, tels que les organisations de pôles d'activités²⁶.

Dans ce contexte²⁷, il semble nécessaire d'améliorer l'environnement physique et social des travailleurs du secteur de la création ainsi que des établissements connexes, comme les écoles ou musées d'art et de design, pour qu'ils puissent opérer de manière effective en pôles d'activités. Il est indispensable de montrer comment les entreprises culturelles et créatives peuvent profiter davantage d'une localisation commune en promouvant la création de réseaux, en fournissant un meilleur soutien aux jeunes entreprises du secteur de la création et en intégrant la dimension «utilisateurs» dans les pôles d'activités existants.

QUESTION

- Comment donner plus de place et renforcer le soutien à l'expérimentation, à l'innovation et à l'entrepreneuriat au sein des ICC? Plus particulièrement, comment améliorer l'accès aux services TIC dans le cadre des activités culturelles et créatives ou en vue de ces activités et comment améliorer l'utilisation qui est faite de leur contenu culturel? Comment les TIC pourraient-elles conduire certaines ICC à adopter de nouveaux modèles d'activité?

3.2. Mieux répondre à la demande de compétences des ICC

À la croisée des chemins entre créativité et entrepreneuriat, il reste difficile pour les entreprises du secteur, notamment les PME, de recruter du personnel possédant la bonne combinaison de compétences. Il est dès lors essentiel, à moyen et à long termes, de garantir une meilleure correspondance entre l'offre de compétences et la demande sur le marché du travail, afin de stimuler le potentiel de compétitivité du secteur. Les partenariats entre les entreprises et les écoles d'art et de design ou les universités peuvent aider en ce sens. Les pépinières d'entreprises, souvent établies hors du cadre des écoles d'art mais avec leur soutien actif, ont démontré leur efficacité à resserrer cet écart²⁸.

Par ailleurs, sous l'impulsion des avancées technologiques continues, les besoins «techniques» spécifiques au secteur évoluent très rapidement, appelant un apprentissage

²⁵ Voir l'étude «*The economy of culture*», op. cit.

²⁶ Le groupe de travail d'experts nationaux sur les ICC a recensé les bonnes pratiques de «polarisation» dans un grand nombre d'États membres (en Irlande, au Royaume-Uni, en Espagne, en Estonie, en Finlande, au Danemark, etc.).

²⁷ Voir la déclaration d'Amsterdam, adoptée par les participants de l'atelier intitulé «*Towards a Pan-European initiative in support of innovative creative industries in Europe*» (février 2010): http://www.europe-innova.eu/web/guest/home/-/journal_content/56/10136/178407.

²⁸ Voir les bonnes pratiques recensées par le groupe de travail d'experts nationaux sur les ICC.

tout au long de la vie. Étant donné que les ICC utilisent et utiliseront les TIC de manière de plus en plus innovante, certaines compétences numériques s'avèrent indispensables pour soutenir l'innovation et la compétitivité. En premier lieu, les ICC ont besoin d'effectifs qui possèdent des compétences dans le domaine des affaires (par exemple, des compétences en matière de gestion, de commerce, etc.), qui comprennent et sont à même de mobiliser les mécanismes de financement (banques et institutions financières, mécénat et donations...) et qui connaissent bien les nouvelles technologies de l'information et de la communication, en particulier dans l'environnement numérique qui est le nôtre. À moins que des mesures spécifiques ne soient prises à cet égard, la pénurie, l'inadéquation et le déséquilibre des compétences empêcheront l'Europe d'exploiter pleinement le potentiel de ses ICC.

Vu l'important potentiel de croissance des ICC et l'environnement complexe et en constante évolution dans lequel elles mènent leurs activités, il serait particulièrement utile de mieux comprendre et de répertorier les nouvelles compétences dont elles ont actuellement besoin ou dont elles auront besoin dans un avenir proche. Il conviendrait de lancer une action sectorielle spécifique aux ICC dans le cadre de l'initiative «Des compétences nouvelles pour des emplois nouveaux», qui mettrait en commun l'analyse réalisée et l'expérience acquise à l'échelle de l'Union européenne, avec l'aide des parties intéressées²⁹.

Pour ce qui est de resserrer l'écart entre la formation et la pratique professionnelles, l'«apprentissage par les pairs» (c'est-à-dire la mise à niveau des compétences et des procédés par l'échange entre pairs faisant face aux mêmes difficultés, en vue de tirer des leçons des erreurs ou des réussites des autres, d'affiner ses projets grâce à l'expérience d'accompagnateurs, d'explorer de nouvelles technologies ou d'élargir ses réseaux) pourrait s'avérer un outil très utile pour améliorer la réactivité des ICC au changement. Ce type d'apprentissage donnerait accès à des professionnels de haut niveau qui ne sont pas nécessairement disponibles dans d'autres circonstances et aiderait à tisser des réseaux européens.

QUESTIONS

- Comment encourager les partenariats entre les écoles d'art et de design et le milieu des affaires de manière à promouvoir la création d'entreprises, les jeunes entreprises et l'entrepreneuriat, de même que le développement des compétences numériques?
- Comment encourager l'apprentissage par les pairs au sein des ICC à l'échelle de l'Union européenne?

²⁹

Communication intitulée «Des compétences nouvelles pour des emplois nouveaux – Anticiper et faire coïncider les compétences requises et les besoins du marché du travail», Commission européenne, COM(2008) 868.

3.3. L'accès au financement

L'accès au financement constitue un obstacle important à la croissance pour de nombreuses entreprises du secteur³⁰.

Comme indiqué précédemment, les entrepreneurs du secteur de la culture et de la création sont souvent des petites à moyennes entreprises. Parmi elles, les entreprises composées d'une à deux personnes sont très largement majoritaires; elles englobent ce nouveau type d'«individus faisant preuve d'esprit d'entreprise» ou de «travailleurs culturels entrepreneurs» qui n'entrent plus dans les schémas traditionnels des professions à temps plein³¹.

Les ICC se heurtent à des problèmes spécifiques pour ce qui est de leur réceptivité à l'investissement, et ce pour diverses raisons: elles ne sont pas assez informées sur les sources de financement possibles et ne les comprennent pas bien, elles ont des difficultés à élaborer un plan d'affaires et à le présenter de manière convaincante, ou elles s'appuient sur un modèle d'activité défaillant³².

De plus, ces entreprises sont, pour la plupart, fondées sur un prototype ou un projet et dépendent fortement de leurs produits ou services «phare» ainsi que du talent individuel et de la prise de risques.

L'accès des ICC au financement est limité, car de nombreuses entreprises souffrent d'une insuffisance chronique de capital et sont confrontées à de graves problèmes pour faire estimer à leur juste valeur leurs actifs immatériels, par exemple les droits d'auteur (artistes/écrivains en contrat avec une maison de disques/d'édition, catalogues d'œuvres musicales ou cinématographiques, etc.), lorsqu'elles lèvent des fonds. La situation des ICC est différente de celle des entreprises qui s'occupent de technologie: leurs actifs immatériels n'ont aucune valeur reconnue dans les bilans et leurs investissements dans la production de nouveaux talents et d'idées créatives ne cadrent pas avec ce que l'on entend habituellement par «recherche et développement».

Les investisseurs et les banques doivent être sensibilisés à la valeur et au potentiel économiques des ICC. Le financement de ces industries devrait être encouragé par des systèmes de garantie et d'autres mécanismes d'ingénierie financière.

Le monde de la création et celui de la finance – qui sont souvent diamétralement opposés – ont besoin d'aide pour trouver un langage commun, permettant aux ICC d'accéder plus équitablement au financement.

Dans ce contexte, les instruments financiers innovants, tels que le capital-risque, les garanties et les autres instruments de partage des risques mis en œuvre par l'intermédiaire des acteurs du marché, peuvent contribuer sensiblement à faciliter l'accès des PME au

³⁰ Voir en particulier la mini-étude réalisée par Jenny Tooth pour la Commission européenne en 2010, intitulée «*Access to finance activities of the European Creative Industry Alliance*», disponible à l'adresse www.europe-innova.eu/creative-industries.

³¹ Voir les documents préliminaires produits dans le cadre de l'étude sur la dimension entrepreneuriale des industries culturelles et créatives réalisée pour la Commission européenne par la *Utrecht School of the Arts* en 2010, disponibles à l'adresse <http://cci.hku.nl/>.

³² Jenny Tooth, op. cit.

financement. De tels instruments sont utilisés dans le cadre des programmes de dépenses de l'UE orientés vers le marché (comme le programme pour la compétitivité et l'innovation). Ils se sont révélés efficaces pour aider les PME à accéder au financement, mais ciblent un large éventail de PME, et pas particulièrement les entreprises culturelles et créatives.

De nouveaux modèles financiers intéressants ciblant plus spécifiquement les ICC ont vu le jour aux niveaux national et régional. Certains facilitent l'accès aux emprunts en mettant en commun l'expertise de divers secteurs aux fins de l'évaluation des entreprises et de leurs projets³³. D'autres mettent en contact des investisseurs et des entreprises qui ont besoin de capital-risque pour croître³⁴, en recourant notamment au «*crowdfunding*»³⁵ (financement collectif). La Commission envisage également de mettre sur pied un Fonds de garantie pour la production dans le secteur audiovisuel dans le contexte de la mise en œuvre du programme MEDIA³⁶.

QUESTIONS

- Comment stimuler les investissements privés et améliorer l'accès des ICC au financement? Des instruments financiers au niveau de l'UE pourraient-ils apporter une valeur ajoutée en appuyant et en complétant les efforts consentis aux niveaux national et régional? Si oui, comment?
- Comment améliorer la réceptivité à l'investissement des entreprises culturelles et créatives? Quelles mesures spécifiques pourraient être prises et à quel niveau (régional, national, européen)?

4. LE DEVELOPPEMENT LOCAL ET REGIONAL, TREMPIN VERS LE SUCCES MONDIAL

Les ICC se développent aux niveaux local et régional, où la constitution de réseaux et de pôles d'activités fonctionne. Si la créativité a un ancrage local, sa portée est toutefois mondiale. Promouvoir la mobilité des artistes et des praticiens de la culture est un moyen d'aider nos ICC à passer de l'échelon local à l'échelon mondial et d'assurer la présence de l'Europe dans le monde.

³³ Voir les exemples intéressants recensés par le groupe de travail d'experts nationaux et la plateforme de la société civile sur les ICC.

³⁴ Voir en particulier Jenny Tooth, op. cit., ainsi que les documents produits dans le cadre de l'étude sur la dimension entrepreneuriale des ICC (op. cit.) mettant l'accent sur le besoin de capital-risque des PME innovantes du secteur de la culture et de la création au sein du marché unique. Voir également les bonnes pratiques recensées par le groupe de travail d'experts nationaux sur les ICC.

³⁵ Les sites de *crowdfunding* aident à réunir des petits investisseurs, par exemple pour le financement de films indépendants (exemple: indiegogo.com).

³⁶ Ce fonds partagera le risque financier lié aux emprunts accordés par les banques aux producteurs européens indépendants, en garantissant la couverture d'un certain pourcentage de la perte en cas de défaut de remboursement de l'emprunt par le producteur, et encouragera ainsi les banques locales à leur accorder des crédits.

4.1. La dimension locale et régionale

Les ICC contribuent souvent à stimuler les économies locales en déclin, à favoriser l'émergence de nouvelles activités économiques, à créer des emplois nouveaux et durables et à accroître l'attractivité des régions et des villes européennes.

En effet, les stratégies de développement régional et local ont réussi à intégrer les ICC dans de nombreux domaines: la promotion du patrimoine culturel à des fins commerciales; le développement des infrastructures et des services culturels pour favoriser un tourisme durable; le regroupement d'entreprises locales et l'établissement de partenariats entre les ICC et l'industrie, la recherche, l'éducation et d'autres secteurs; la création de laboratoires d'innovation; l'élaboration de stratégies transfrontalières intégrées visant à gérer les ressources naturelles et culturelles et à revitaliser les économies locales; le développement urbain durable.

La politique de cohésion de l'UE a reconnu la contribution multiple de la culture à ses objectifs stratégiques (convergence; compétitivité et emploi; coopération territoriale)³⁷. Cependant, il est difficile de définir la mesure dans laquelle les ICC bénéficient des fonds alloués à la culture – ou à d'autres rubriques telles que la recherche et l'innovation, la promotion de PME innovantes, les pôles d'activités et les réseaux, la société de l'information (y compris la numérisation et l'accès électronique à la culture), la revitalisation urbaine et le capital humain³⁸. La politique de développement rural financée par le Fonds européen agricole pour le développement rural (Feader) soutient aussi la culture, notamment par la conservation du patrimoine rural, y compris la réhabilitation de villages, la protection du patrimoine naturel et culturel ainsi que des activités de loisirs. Les stratégies de développement local mises au point et appliquées par les partenariats locaux Leader dans les zones rurales peuvent également apporter une contribution, la culture amenant diversification économique et qualité de vie dans lesdites zones. Il semble que ce potentiel n'est pas suffisamment exploité.

Le rôle distinctif que les ICC peuvent jouer dans le développement régional et local devrait être dûment pris en considération lors de la conception des politiques et des instruments d'appui à tous les niveaux³⁹.

Les ICC sont des industries fondées sur le savoir qui ont tendance à se diriger vers des marchés du travail spécialisés. Des études universitaires donnent à penser qu'une industrialisation à grande échelle de la créativité et de l'innovation culturelle a lieu dans les grandes zones urbaines. Néanmoins, il n'existe pas de lien direct entre les ICC et la taille du marché du travail ou la population. La distribution régionale des systèmes industriels et d'innovation, y compris des ICC, est bien plus variée⁴⁰. Dans les zones rurales, de nouveaux modèles d'activité peuvent contribuer à insuffler innovation et

³⁷ Au cours de la période de programmation 2007-2013, l'UE devrait dépenser environ 6 milliards d'euros en faveur de la culture, ce qui correspond à 1,7 % de son budget total.

³⁸ Politique de cohésion de l'UE – pages thématiques:
http://ec.europa.eu/regional_policy/themes/index_fr.htm.

³⁹ Voir les bonnes pratiques recensées par le groupe de travail d'experts nationaux sur les ICC.

⁴⁰ European Cluster Observatory, *Creative and Culture Industries, Priority Sector Report (draft version)*, 2010.

durabilité dans la tradition (c'est-à-dire l'artisanat local) et conduire à la viabilité économique⁴¹.

La créativité et l'innovation ont une dimension régionale distinctive très marquée⁴². Les politiques et les instruments d'appui doivent être définis au niveau local, en fonction des spécificités et des atouts locaux et sur la base des ressources locales («stratégie de développement fondée sur le lieu»). Parallèlement, une coordination efficace entre les différents niveaux d'action et d'administration est essentielle à la réussite. Des outils d'analyse d'impact et d'évaluation devraient être intégrés dans les stratégies de développement pour favoriser la conception de politiques basées sur des informations factuelles.

Les stratégies fructueuses reposent sur un modèle de développement à moyen/long terme (10-20 ans) combinant des investissements dans les infrastructures et dans le capital humain. Les investissements devraient cibler des domaines essentiels pour les ICC, comme les nouveaux modèles d'activité, la créativité et l'innovation, la numérisation, les compétences et l'amélioration du capital humain, ainsi que les partenariats créatifs avec d'autres secteurs. Une approche stratégique dans le contexte d'un modèle de développement intégré signifie que le soutien aux ICC n'est pas considéré comme un «luxe» ou un choix isolé, mais comme une contribution conjointe au développement économique et à la cohésion sociale d'un territoire. Pour porter leurs fruits, les stratégies de développement intégrées devraient être définies au niveau territorial pertinent, dans le cadre d'un partenariat entre les autorités responsables des différentes politiques publiques (telles que le développement économique, l'emploi, l'éducation et la culture) et les représentants de la société civile, à savoir les associations d'entreprises, de travailleurs et de citoyens.

L'échange de bonnes pratiques est essentiel, et tous les réseaux possibles à travers l'Europe devraient être utilisés pour faciliter le transfert de connaissances et de capacités entre les zones accusant un retard et les pôles de croissance.

QUESTION

- Comment intégrer davantage les ICC dans le développement régional/local stratégique? Quels sont les outils et les partenariats nécessaires à une approche intégrée?

4.2. La mobilité et la circulation des œuvres culturelles et créatives

La promotion de la mobilité des artistes et des praticiens de la culture – acteurs essentiels à l'essor des ICC – contribue sensiblement à l'élargissement de leurs compétences professionnelles et/ou à leur développement artistique, en accroissant leurs ambitions en matière de recherche et d'exploration, en leur offrant de nouveaux débouchés et en améliorant leurs possibilités d'emploi, en particulier par la participation à des résidences, des festivals, des tournées, des expositions internationales ou des manifestations littéraires. La mobilité peut également avoir des effets positifs plus directs sur les résultats obtenus par les ICC en leur offrant de nouveaux débouchés par l'intermédiaire

⁴¹ Étude réalisée pour la Commission européenne sur la contribution de la culture au développement économique local et régional dans le cadre de la politique de cohésion de l'UE.

⁴² Sixième rapport d'étape sur la cohésion économique et sociale, COM(2009) 295.

de programmes améliorant leurs stratégies d'exportation, encourageant les systèmes de placement à l'étranger ou renforçant le développement des capacités⁴³.

Par ailleurs, la circulation des œuvres est positive pour les publics européens, car elle leur ouvre de nouvelles perspectives, pousse l'esprit individuel et collectif à comprendre et vivre dans la complexité (un ensemble de compétences – y compris en matière de communication interculturelle – qui revêt une importance cruciale dans le monde d'aujourd'hui) et leur donne accès à un paysage culturel plus varié. À un autre niveau, la circulation des œuvres par-delà les frontières nationales au sein de l'Union européenne aide les citoyens européens à mieux connaître et comprendre leurs cultures mutuelles, à apprécier la richesse de la diversité culturelle et à découvrir par eux-mêmes ce qu'ils ont en commun.

Enfin, la mobilité des artistes, des praticiens de la culture et des œuvres est aussi essentielle à la circulation des idées à travers les frontières linguistiques ou nationales, et offre à tous un accès élargi à la diversité culturelle.

Pour toutes ces raisons, elle est l'une des composantes fondamentales de l'agenda européen de la culture ainsi que du programme Culture de l'UE (2007-2013).

Cependant, les obstacles à la mobilité sont nombreux. Certains sont liés aux règles en matière de visa, aux régimes sociaux et fiscaux et à d'autres problèmes administratifs ou au manque d'accès à des informations exactes⁴⁴ sur les différents aspects juridiques, réglementaires, procéduraux et financiers de la mobilité dans le secteur de la culture. Des travaux concernant ces obstacles sont déjà en cours⁴⁵; ils ne seront pas abordés dans le présent document.

Outre ces aspects généraux, il est également possible de renforcer la mobilité des œuvres, des artistes et de praticiens de la culture en agissant sur la chaîne d'acteurs, privés et publics, aux fins d'une diversité culturelle transfrontalière. Ces acteurs sont nombreux et ils diffèrent considérablement d'un secteur à l'autre. Dans cette chaîne, il peut être opportun de stimuler la circulation transfrontalière et l'accès en ligne à différents points d'intermédiation entre les créateurs/producteurs d'expressions culturelles et les citoyens/consommateurs. À un autre niveau, des mesures axées sur des défis spécifiques, c'est-à-dire visant à aider les nouveaux talents ainsi que les répertoires ou collections moins connus⁴⁶ à dépasser les frontières nationales et linguistiques, pourraient être utiles.

⁴³ Voir en particulier l'étude réalisée par Ericarts pour la Commission européenne en 2008, intitulée «*Mobility matters: Programmes and schemes to support the mobility of artists and cultural professionals*».

⁴⁴ Voir l'étude de faisabilité réalisée en 2009 par McCoshan et al. pour la Commission européenne, intitulée «*Information systems to support the mobility of artists and other professionals in the culture field*».

⁴⁵ Un groupe d'experts nationaux sur la mobilité des artistes, établi dans le cadre de la mise en œuvre de l'agenda européen de la culture, se penche sur certaines de ces questions, tandis que les restrictions à l'accès aux marchés et à la mobilité des artistes et des praticiens de la culture auraient dû être examinées par les États membres dans le contexte de la mise en œuvre de la directive 2006/123/CE relative aux services dans le marché intérieur.

⁴⁶ Un groupe de travail d'experts nationaux réfléchit à la mobilité des collections de musées dans le cadre de l'agenda européen de la culture.

Il serait donc intéressant de mieux comprendre quelle forme de partenariat, de coopération ou de soutien pourrait contribuer à faciliter, accélérer et accroître la mobilité des œuvres, des artistes et des professionnels de la culture par-delà les frontières nationales au niveau européen.

Le présent livre vert vise donc plus spécifiquement à comprendre comment cette mobilité peut être accrue et améliorée.

QUESTION

- Quels sont les nouveaux instruments qui devraient être mis en œuvre pour promouvoir la diversité culturelle par la mobilité des œuvres culturelles et créatives, des artistes et des praticiens de la culture dans l'Union européenne et au delà? Dans quelle mesure la mobilité virtuelle et l'accès en ligne pourraient-ils contribuer à ces objectifs?

4.3. Les échanges culturels et le commerce international

La perspective de l'Union européenne en matière d'échanges culturels et commerciaux internationaux s'inscrit dans le cadre de la Convention de l'Unesco de 2005 sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles. Au titre de cette convention, l'UE s'est engagée à encourager des échanges culturels plus équilibrés et à renforcer la coopération et la solidarité internationales dans un esprit de partenariat afin, notamment, d'accroître les capacités des pays en développement en vue de protéger et promouvoir la diversité des expressions culturelles. Ces objectifs correspondent à certains des principes directeurs de la convention, en particulier les principes d'accès équitable⁴⁷ et d'ouverture et d'équilibre⁴⁸.

Dans ce contexte, l'Union européenne a conservé la capacité, pour elle-même et pour ses États membres, de définir et d'appliquer des politiques culturelles aux fins de la préservation de la diversité culturelle⁴⁹. Parallèlement, l'Union a renforcé son engagement à accentuer le rôle de la culture dans le développement, et elle encourage différentes formes de traitement préférentiel pour les pays en développement. Elle s'est également engagée à promouvoir le dialogue interculturel dans le monde entier. Ce faisant, elle doit aussi contribuer à la diffusion de sa diversité culturelle – y compris des biens et des services produits par ses ICC – à travers la planète.

Cette approche spécifique des échanges culturels reflète les valeurs communes qui sont au cœur du projet européen. Ces valeurs sont les piliers fondamentaux sur lesquels une «image de l'Europe» distinctive et dynamique peut être bâtie, l'image d'une Europe attrayante et créative, tirant parti de son riche patrimoine et de son ouverture aux cultures du monde entier. La longue tradition et les nombreux atouts de l'Europe dans les

⁴⁷ Voir l'article 2 de la convention, principe 7.

⁴⁸ Voir l'article 2 de la convention, principe 8.

⁴⁹ Comme bien d'autres partenaires au sein de l'Organisation mondiale du commerce, l'UE et ses États membres, lorsqu'ils ont adhéré à l'Accord général sur le commerce des services (AGCS), ont conservé leur capacité de définir et d'appliquer des politiques aux fins de la préservation de la diversité culturelle en notifiant des dérogations à l'application de la règle de la nation la plus favorisée conformément à l'article II de l'AGCS et en s'abstenant systématiquement de prendre des engagements spécifiques en ce qui concerne l'accès aux marchés et le traitement national dans le domaine des services culturels, en particulier dans le secteur de l'audiovisuel.

domaines du cinéma, de la musique, de l'art, de l'architecture, du design ou de la mode peuvent de toute évidence apporter une contribution positive aux relations de l'UE avec le reste du monde.

Pour favoriser le développement d'ICC de niveau international et l'exportation de leurs œuvres, produits et services, il faut naturellement nouer des liens avec des pays tiers. Les PME en particulier ont besoin d'aide pour établir des contacts et faire connaître leurs activités à l'étranger. Le dialogue d'industrie à industrie, les missions de prospection et l'information sur les marchés, de même que la représentation collective aux foires internationales, font partie des outils spécifiques qui ont été mis au point pour soutenir les exportations. Les programmes de coopération⁵⁰ offrent à la fois des possibilités d'apprentissage mutuel et un réseau de contacts à l'étranger. Il importe également de faciliter les échanges artistiques avec les pays tiers pour stimuler la diversité culturelle⁵¹.

L'Europe a conclu de nombreux accords avec des pays tiers ou des associations régionales de pays. Les ICC pourraient être incluses dans les programmes d'assistance technique et de coopération en tant que domaine prioritaire pour les échanges économiques. Dans certains cas, le dialogue d'industrie à industrie pourrait aussi être encouragé dans le cadre des dialogues stratégiques avec les pays tiers ou les groupements régionaux, et des outils spécifiques pourraient être mis au point au niveau de l'UE pour faciliter les échanges et les exportations⁵².

QUESTION

- Quels sont les outils à prévoir ou à renforcer au niveau de l'Union européenne pour promouvoir la coopération, les échanges et le commerce entre les ICC de l'UE et les pays tiers?

5. VERS UNE ECONOMIE CREATIVE: LES RETOMBÉES DES ICC

Des rapports publiés dans plusieurs pays européens montrent que les ICC jouent un rôle plus important dans les systèmes d'innovation nationaux et régionaux que ce que reconnaissent auparavant les responsables politiques⁵³.

Premièrement, ces industries fournissent du contenu pour alimenter les dispositifs et réseaux numériques, et contribuent ainsi à l'acceptation et au développement ultérieur des TIC, par exemple au déploiement de la large bande. Elles utilisent la technologie de manière intensive; leurs exigences sont donc souvent aussi à l'origine d'adaptations et d'évolutions dans ce domaine, car elles incitent les producteurs de technologie à innover.

⁵⁰ Tels que ceux financés dans le cadre de l'action préparatoire MEDIA International (2008-2010) et de MEDIA Mundus (2011-2013).

⁵¹ Comme cela a été souligné par la plateforme sur le potentiel des industries culturelles et créatives.

⁵² Voir les bonnes pratiques recensées par le groupe de travail d'experts nationaux sur les ICC.

⁵³ Voir en particulier Bakhshi, H., McVittie, E. et Simmie, J., *Creating Innovation. Do the creative industries support innovation in the wider economy?*, 2008; Pott, J. et Morrison, K., *Nudging Innovation*, 2008, *consideration of the NESTA Innovation Vouchers Pilot*, 2008; Müller, K., Rammer, C. et Trübny, J., *The role of creative industries in industrial innovation*, 2008.

Deuxièmement, parce qu'elles jouent un rôle spécifique et central dans le passage au numérique et l'évolution vers une «économie de l'expérience» et parce qu'elles sont capables de façonner ou d'amplifier les tendances sociales et culturelles et, partant, la demande des consommateurs, les ICC peuvent apporter une contribution importante à l'instauration d'un climat favorable à l'innovation en Europe.

Troisièmement, les entreprises qui, proportionnellement, font davantage appel aux services des ICC enregistrent apparemment de bien meilleurs résultats en matière d'innovation. Les mécanismes spécifiques qui sous-tendent ce phénomène ne sont pas encore bien documentés; toutefois, il semble que les services d'innovation créative fournis par les ICC contribuent aux activités innovantes des autres entreprises et organisations dans l'économie en général, et aident ainsi à remédier à des défaillances comportementales telles que l'aversion pour le risque, la tendance au statu quo et le manque de perspective. Le design est un bon exemple de processus de création susceptible de conduire à une innovation centrée sur l'utilisateur⁵⁴.

En outre, des rapports montrent également que les travailleurs créatifs sont davantage intégrés dans l'économie en général que ce que l'on pensait précédemment: les spécialistes de la création formés dans des écoles artistiques sont plus nombreux à travailler en dehors des ICC qu'en leur sein; ils font office d'intermédiaires pour la transmission des connaissances, des innovations et des nouvelles idées qui proviennent des ICC.

De manière plus générale, les infrastructures culturelles de premier ordre et les services de haute technologie, les bonnes conditions de vie et de loisirs, le dynamisme des communautés culturelles et la vigueur des ICC locales sont de plus en plus considérés par les villes et les régions comme des facteurs d'implantation indirects qui peuvent les aider à stimuler leur compétitivité économique en créant un environnement favorable à l'innovation et en attirant des personnes très qualifiées ainsi que des entreprises.

En même temps, le secteur de la culture et les ICC peuvent aider fondamentalement à relever de grands défis tels que la lutte contre le réchauffement climatique et la transition vers une économie verte et un nouveau modèle de développement durable. L'art et la culture ont une capacité exceptionnelle de création d'emplois respectueux de l'environnement, de sensibilisation, de remise en cause des habitudes sociales et de promotion de changements comportementaux dans nos sociétés, y compris pour ce qui est de notre attitude générale face à la nature. Ils peuvent aussi ouvrir de nouvelles voies pour aborder la dimension internationale de ces questions. Face à ces enjeux, les divers niveaux de gouvernance doivent concevoir des environnements adaptés à l'élaboration de stratégies en matière de créativité. Parallèlement, la réflexion devrait se poursuivre concernant l'évaluation des environnements créatifs, en complément d'indicateurs d'innovation plus traditionnels. La question clé à cet égard est de savoir comment accélérer les retombées positives que la culture et les ICC peuvent avoir sur l'économie et la société dans leur ensemble.

54

Document de travail des services de la Commission intitulé «*Design as a driver of user-centred innovation*», SEC(2009) 501.

L'une des manières d'y parvenir consiste à maximiser les liens entre la culture et l'éducation de sorte à promouvoir la créativité tout au long de la vie. L'hypothèse de départ est alors que la créativité n'est pas exclusivement innée. Chaque individu est créatif d'une manière ou d'une autre et peut apprendre à exploiter son potentiel en la matière. Dans notre monde complexe et changeant, nous devrions donc nous efforcer de favoriser les compétences créatives, entrepreneuriales et interculturelles qui nous aideront à relever plus facilement les nouveaux défis économiques et sociaux⁵⁵.

Une éducation culturelle et artistique de qualité a un rôle important à jouer à cet égard, car elle est susceptible de renforcer l'imagination, l'originalité, la concentration, les compétences interpersonnelles, le goût de l'exploration, l'esprit critique, la pensée non verbale, etc. des apprenants⁵⁶. En conséquence, les synergies entre la culture et l'éducation devraient être étudiées davantage. Le principe dans ce domaine devrait être celui de la «responsabilité conjointe» des secteurs de l'éducation et de la culture, et il faudrait donc s'attacher à établir des partenariats systématiques et durables entre eux⁵⁷.

L'éducation aux médias représente également un très bon moyen de stimuler la créativité des citoyens et leur participation à la vie culturelle de la société. Aujourd'hui, les médias sont une voie très importante de diffusion de contenu culturel et un vecteur des identités culturelles européennes, et la capacité des citoyens européens de faire des choix informés et diversifiés en tant que consommateurs de contenu médiatique devrait être encouragée.

Au niveau macroéconomique, les liens entre les ICC et les autres industries devraient être renforcés, dans l'intérêt de l'économie dans son ensemble. À cet égard, il serait intéressant de mieux comprendre comment encourager l'utilisation de la créativité dans d'autres industries, le type de créativité que les entreprises recherchent ainsi que les mécanismes à mettre en œuvre pour faciliter ce genre d'interactions.

Afin de permettre l'établissement de liens concrets entre les ICC et des domaines tels que l'éducation, l'industrie, la recherche ou l'administration, de véritables «partenariats créatifs» devraient être mis sur pied et des mécanismes efficaces de transfert des connaissances créatives, telles que le design, vers d'autres secteurs devraient être appliqués. Les systèmes de chèques-innovation comme celui du «crédit créatif», qui aide les entreprises à développer leurs idées en collaborant avec les ICC, semblent très prometteurs à cet égard⁵⁸.

Dans ce contexte, les mécanismes de soutien à l'innovation destinés aux ICC leur permettent non seulement d'innover mieux et davantage, mais aussi de fournir des solutions plus innovantes aux autres secteurs et industries, et aident ainsi l'économie européenne dans son ensemble à libérer tout son potentiel d'innovation. En outre, les institutions intermédiaires ont un rôle essentiel à jouer: elles doivent servir d'interface

⁵⁵ Le nouveau cadre stratégique pour la coopération européenne dans le domaine de l'éducation et de la formation («Éducation et formation 2020») adopté par le Conseil en mai 2009 s'attaque clairement à ce problème lorsqu'il souligne la nécessité de renforcer la créativité et l'innovation, y compris l'entrepreneuriat, à tous les niveaux d'éducation et de formation.

⁵⁶ Voir les bonnes pratiques recensées par le groupe de travail d'experts nationaux sur les synergies entre la culture et l'éducation.

⁵⁷ Voir les bonnes pratiques recensées par le groupe de travail d'experts nationaux sur les synergies entre la culture et l'éducation.

⁵⁸ <http://www.creative-credits.org.uk/>, site créé par NESTA, Royaume-Uni.

entre des mondes qui apprennent seulement à se connaître, aider à instaurer la confiance ainsi que la compréhension des objectifs et des attentes, et concevoir ou affiner les méthodes de travail⁵⁹.

QUESTIONS

- Comment accélérer les retombées des ICC sur les autres industries et la société dans son ensemble? Comment mettre au point et appliquer des mécanismes efficaces pour diffuser ainsi les connaissances?
- Comment promouvoir des «partenariats créatifs» entre les ICC et les établissements d'enseignement/les entreprises/les administrations?
- Comment favoriser une meilleure utilisation des intermédiaires existants et la mise en place de toute une série d'intermédiaires faisant office d'interface entre les communautés artistiques et créatives et les ICC, d'une part, et les établissements d'enseignement/les entreprises/les administrations, d'autre part?

Appel à commentaires

La Commission invite toutes les parties intéressées à répondre aux questions posées dans le présent livre vert et/ou à formuler des commentaires sur son contenu. Les réponses et les commentaires, qui peuvent porter sur tout ou partie des points évoqués ci-dessus, devront parvenir à l'adresse suivante au plus tard le 30 juillet 2010:

Commission européenne

DG Éducation et culture

Livre vert sur les industries culturelles et créatives

MADO 17/76

B-1049 Bruxelles

ou par courrier électronique à l'adresse suivante:

EAC-Creative-Europe@ec.europa.eu

Si les parties intéressées souhaitent soumettre des contributions confidentielles, elles doivent indiquer clairement quels en sont les éléments confidentiels qui ne doivent pas être publiés sur le site web de la Commission. Toutes les autres contributions qui ne seront pas clairement désignées comme confidentielles pourront être publiées par la Commission.

Les organisations sont invitées à s'inscrire dans le registre des représentants d'intérêts tenu par la Commission (<http://ec.europa.eu/transparency/regrin>). Ce registre a été créé dans le cadre de l'initiative européenne en matière de transparence afin de fournir à la Commission et au grand public des informations sur les objectifs, le financement et les structures des représentants d'intérêts.

⁵⁹

Voir en particulier l'étude réalisée par Tiltt (Suède), Disonancias (Espagne) et WZB - *Social Science Research Center Berlin* (Allemagne) dans le cadre des travaux du groupement stratégique Tiltt Europe, financés au titre du programme Culture:
<http://creativeclash.squarespace.com/storage/ComparativeAnalysis%20TILLT%20EUROPE.pdf>.