



CULTURE

« L'Europe peut être une chance pour les industries culturelles »

— Le Forum d'Avignon se tient pour la première fois à Bordeaux, du 29 mars au 1^{er} avril, autour du thème « Entreprendre la culture ».

— Invité à s'exprimer vendredi, le président du directoire de Bayard, Georges Sanerot, veut aborder avec confiance le nouveau monde numérique.

Dans un contexte très chahuté pour la presse, le groupe Bayard en 2015 a équilibré ses comptes, a poursuivi sa transformation numérique et a consolidé son indépendance au service de son projet. Plutôt que de parler de « groupe » pour Bayard, nous préférons la notion d'entreprise de taille intermédiaire avec un chiffre d'affaires de 370 millions d'euros, un actionnaire unique engagé sur le long terme, 2 000 salariés et un quart du chiffre d'affaires réalisé hors de France.

« Chez Bayard », nous sommes mobilisés autour de la créativité de nos équipes présentes aujourd'hui dans 13 pays. Ces équipes abordent les nouveaux espaces ouverts par le monde numérique avec confiance dans la création, dans l'utilité du journalisme mais aussi en grande lucidité sur les nouveaux enjeux.

L'année 2016 a débuté pour Bayard avec une nouvelle formule ambitieuse de *La Croix. Pomme d'Api*, le mensuel des 3-7 ans qui fête ses 50 ans, a été à l'origine d'une gamme de titres de presse éducative et du développement international de Bayard au début des années 1980. Petit Ours Brun, personnage emblématique de *Pomme d'Api*, est devenu une des premières vedettes de YouTube avec plus de 190 millions de visiteurs à ce jour. Nos titres historiques rejoignent naturellement les nouveaux usages, de nouveaux pu-

blics sans rien abandonner de leurs valeurs, bien au contraire.

Apparaissent aujourd'hui, sous des formes nouvelles, des réponses éditoriales aux besoins perçus dans la société. Bayard lancera ainsi en octobre un ambitieux projet sur les récits fondateurs de la Bible. Quinze ans après avoir publié avec succès une nouvelle traduction de la Bible réalisée à la fois par des spécialistes des textes et langues bibliques et des auteurs contemporains, Bayard va offrir une nouvelle écriture audiovisuelle, par la mise en images contemporaines de grands récits de l'Ancien Testament. Cette création originale fondée sur la rencontre d'un artiste illustrateur, Serge Bloch, et d'un écrivain, Frédéric Boyer, propose une lecture inédite du lien entre la Bible et notre époque.

Les lecteurs de *La Croix* découvriront cet été, en avant-première, quelques épisodes illustrés de ce récit. L'ouvrage de plus de 2 000 illustrations paraîtra début octobre et une série animée de trois épisodes sera disponible avant la fin de l'année. Il nous semble évident qu'un tel projet n'a pas de frontière, ni de limite en ce qui concerne les supports qu'il empruntera pour rejoindre les enfants, les parents, grands-parents, éducateurs...

Fort de ses singularités, Bayard et ses productions restent cependant confrontés à une concurrence intense, gratuite ou payante, sur de multiples supports. La politique de création comme la grande idée du pluralisme de la presse, ou celle de la nécessaire diversité des types d'éditeurs doivent être garanties à la fois par la performance des entreprises concernées, la vitalité de nos industries culturelles ainsi que par le rôle de régulation de l'État et d'accompagnement de l'Europe.

Si la nouvelle économie des industries culturelles se nourrit du

numérique, elle doit le faire dans le respect du droit d'auteur comme celui des éditeurs, afin de ne pas laisser la seule technologie structurer l'offre et la diffusion sans une juste contribution à la chaîne de la valeur des contenus. Protéger la création, encourager la créativité et le partage par l'émergence de regards originaux, aider aux coopérations équilibrées entre les partenaires : tout cela doit concourir à valoriser un « bien commun » qui ne peut pas être uniquement privatisé par un petit nombre d'acteurs.

L'Europe, avec sa biodiversité culturelle, offre la capacité d'être un lieu où le monde se parle. L'Europe de la création, des talents, est une réalité pour les éditeurs, celle du marché unique peut être une chance pour les industries culturelles, pour nos entreprises si nous savons construire un cadre encourageant, stimulant.

Plus particulièrement le projet de réforme sur le droit d'auteur au niveau européen est très attendu par la presse car il va fixer les mécanismes de redistribution de la valeur au profit des industries culturelles pour les dix prochaines années. Ce rendez-vous est l'occasion unique de trouver des réponses aux difficultés apparues pour la presse avec les innovations du monde numérique dont on ne pouvait pas envisager toutes les conséquences en 2001 (1). Ce projet présente l'opportunité de faire valoir la création d'un droit des éditeurs de presse, à l'instar des autres secteurs mieux protégés par le droit de la propriété intellectuelle.

Georges Sanerot, président du directoire de Bayard, président de l'AIPG (Association de la presse d'information politique et générale)

(1) Année de l'élaboration de la dernière directive européenne sur le « droit d'auteur ».